UNIVERSIDAD NACIONAL INTERCULTURAL FABIOLA SALAZAR LEGUÍA DE BAGUA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES

Gestión comercial y exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., 2021-2025

Tesis para obtener el título de
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES

Autor: Bach. Beken Jamil Perez Acuña
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-7421-092X

Asesor: Dr. Víctor Hugo Puicán Rodríguez
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-7402-9576

Registro: (038-2025/FACISE/ANG)

BAGUA – PERÚ

2026

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación, con profundo amor y gratitud, a mi madre quien, con su entrega incansable, fortaleza y apoyo incondicional ha sido el pilar fundamental en mi vida y en mi formación profesional. Su ejemplo de perseverancia, sacrificio y valores me ha impulsado a seguir adelante aun en los momentos más difíciles, convirtiéndose en la principal motivación para alcanzar cada uno de mis objetivos.

A mi padre, que hoy se encuentra en el cielo, le dedico este logro como un homenaje a su memoria, su enseñanza, amor, ejemplo de responsabilidad y esfuerzo que permanecen vivos en cada paso que doy; aunque su presencia física ya no me acompaña, su guía espiritual ha sido una fuente constante de inspiración para no rendirme y continuar con determinación este camino académico.

Asimismo, dedico este trabajo a mis hermanos, por su apoyo constante, comprensión y palabras de aliento; su compañía y confianza en mí han sido fundamentales para superar los desafíos que surgieron durante el desarrollo de esta investigación, brindándome la motivación necesaria para culminar con éxito esta etapa profesional.

Este logro no solo representa un esfuerzo personal, sino también el reflejo del amor, la unión y el respaldo de mi familia, a quienes dedico con orgullo este trabajo

Agradecimiento

A Dios, por concederme la vida, la salud y la fortaleza necesarias para perseverar en cada etapa de este proceso académico. Su guía y bendición han sido fundamentales para superar las dificultades y culminar satisfactoriamente este trabajo de investigación.

A la Universidad Nacional Intercultural Fabiola Salazar Leguia de Bagua (UNIFSLB), por ser la casa de estudios que contribuyó a mi formación profesional, brindándome los conocimientos necesarios para el desarrollo de esta investigación.

A los docentes de la UNIFSLB, por su orientación, dedicación y valiosos aportes académicos, los cuales fortalecieron mi formación profesional y permitieron el adecuado desarrollo del desarrollo de esta investigación.

De manera especial, a mi asesor de tesis, por su orientación constante, dedicación, paciencia y valiosas sugerencias académicas, las cuales fueron fundamentales para el correcto desarrollo de esta investigación

A los profesionales que, con su experiencia y conocimientos, brindaron orientación y apoyo durante el desarrollo del trabajo de investigación, contribuyendo de manera significativa al logro de los objetivos planteados.

Al personal que participó en la encuesta, por su tiempo, y valiosa colaboración, la cual permitió la recolección de información necesaria para el análisis y desarrollo de los resultados de esta investigación.

Finalmente, a la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., por las facilidades brindadas y el apoyo otorgado para la realización del presente trabajo, así como por permitir el acceso a la información necesaria para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Índice de contenido

Dedicatoria ii
Agradecimiento iii
Índice de contenido iv
Índice de tablas vi
Indicé de figuras vii
Resumen viii
Abstract ix
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 12
1.1. Determinación del problema de investigación 12
1.2. Formulación del problema 13
1.3. Objetivos: General y específicos 14
1.4. Importancia y alcance de la investigación 14
1.5. Justificación de la investigación 14
II. MARCO TEÓRICO 16
2.1. Antecedentes del estudio 16
2.2. Bases teóricas 19
2.2.1. Gestión comercial 19
2.2.2. Dimensiones de la gestión comercial 21
2.2.3. Exportación 23
2.2.4. Dimensiones de la exportación 24
2.3. Definición de términos básicos 26
III. HIPÓTESIS 27
3.1. Hipótesis 27
3.2. Variables 27
3.2.1. Variable 1: Gestión comercial 27
3.2.2. Variable 2: Exportación de café 28
3.3. Operacionalización de variables 28
IV. METDOLOGÍA 30
4.1. Enfoque de la investigación 30

4.2. Tipo de investigación 30
4.3. Diseño de investigación 30
4.4. Método 30
4.5. Población y muestra 30
4.5.1. Población 30
4.5.2. Muestra 30
4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos 31
4.6.1. Técnicas 31
4.6.2. Instrumentos 31
4.7. Validez y confiabilidad de instrumentos 31
4.8. Contrastación de la hipótesis 32
V. RESULTADOS 33
5.1. Presentación y análisis de los resultados 33
5.2. Discusión de resultados 36
ANEXOS 58

Índice de tablas

Tabla 1. Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk para las variables del estudio . 32

Tabla 2. Correlación entre las dimensiones de la gestión comercial y los tres outcomes del estudio 35

Tabla 3. Correlación entre la gestión comercial y la exportación de café 36

Indicé de figuras

Figura 1. Distribución porcentual del nivel de gestión comercial 33
Figura 2. Distribución del nivel de exportación de café en soles 34

Resumen

La presente investigación tuvo como misión determinar si aquello que se conoce como la gestión comercial se encuentra relacionado con la exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., Bagua Grande. Para ello se usó como último tiempo el periodo 2021-2025, lo que explicará la misma como un trabajo con enfoque cuantitativo aplicado, y diseño no experimental; siendo su alcance descriptivo-correlacional. La población/muestra censal estuvo conformada por 50 trabajadores y socios de la empresa sujeta al estudio, así como también reportes de exportación relacionados con este mismo tiempo. Se usaron como técnicas la encuesta y el análisis documental, y se utilizaron como instrumentos el cuestionario de encuesta y la guía de análisis documental. Los resultados recogieron que un 86,0% de los sujetos/as del estudio presentaron altos niveles de gestión comercial, mientras que las exportaciones mostraron una tendencia general al aumento para el periodo 2021-2025, que al final del tiempo presentaron un crecimiento acumulado de las exportaciones del 17,54 %. La planeación comercial mostró asociación positiva y significativa con la exportación de café (Rho = 0,338; p = 0,016), mientras que las restantes dimensiones no mostraron significancia estadística. Por último, se llegó a la conclusión de que la gestión comercial se encuentra relacionada de manera significativa y positiva con la exportación de café.

Palabras clave: Gestión comercial, exportación de café, calidad del café, costos logísticos, competitividad exportadora.

Abstract

The objective of this study was to determine whether what is known as commercial management is related to coffee exports at Valley Coffee Trading S.A.C. in Bagua Grande. The study focused on the 2021–2025 period, which classifies it as a study with an applied quantitative approach and a non-experimental design; its scope is descriptive-correlational. The population/sample consisted of 50 employees and partners of the company under study, as well as export reports from the same time period. The research methods employed were a survey and document analysis, and the instruments used were a survey questionnaire and a document analysis guide. The results showed that 86.0% of the study participants demonstrated high levels of commercial management, while exports exhibited a general upward trend for the 2021–2025 period, with cumulative export growth of 17.54% by the end of that period. Commercial planning showed a positive and significant association with coffee exports (Rho = 0.338; p = 0.016), while the remaining dimensions did not show statistical significance. Finally, it was concluded that commercial management is significantly and positively related to coffee exports.

Keywords: Commercial management, coffee export, coffee quality, logistics costs, export competitiveness.

Introducción

La gestión comercial cumple un rol fundamental dentro de las organizaciones exportadoras, ya que comprende el conjunto de estrategias, procesos y actividades orientadas a la planificación, promoción y comercialización eficiente de los productos. Una adecuada gestión comercial permite a las empresas identificar oportunidades de mercado, mejorar la relación con los clientes internacionales y optimizar sus operaciones comerciales. En el sector cafetalero, estas acciones adquieren mayor importancia debido a la elevada competencia internacional, las exigencias de calidad y las constantes variaciones en los mercados de exportación (Degefa, 2024)

Sin embargo, muchas empresas exportadoras enfrentan dificultades relacionadas con la limitada planificación comercial, escasa innovación tecnológica, insuficiente capacitación del personal y restricciones vinculadas al crecimiento empresarial, factores que pueden afectar el desempeño exportador. Asimismo, variables como la calidad del café y los costos logísticos de exportación influyen significativamente en la competitividad de las empresas dedicadas al comercio internacional de café. Por ello, resulta necesario analizar cómo la gestión comercial se relaciona con la exportación de café dentro de las organizaciones exportadoras

En ese sentido, la presente investigación se desarrolló en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., dedicada a la comercialización y exportación de café, con la finalidad de determinar la relación entre la gestión comercial y la exportación de café durante el periodo 2021-2025. Para ello, se consideraron como dimensiones de la gestión comercial la planeación comercial, innovación tecnológica, rentabilidad y crecimiento, así como la capacitación y desempeño del personal. Del mismo modo, se analizaron aspectos relacionados con la exportación de café, tales como volumen y frecuencia de exportación, mercados internacionales, barreras de exportación y certificaciones.

La investigación se justifica debido a su importancia teórica y práctica, ya que permitirá ampliar el conocimiento sobre la influencia de la gestión comercial en el desempeño exportador de las empresas cafetaleras, contribuyendo además con información relevante para la toma de decisiones empresariales. Asimismo, los resultados obtenidos podrán servir como referencia para futuras investigaciones

relacionadas con el comercio internacional y la gestión empresarial en el sector agroexportador.

Metodológicamente, el estudio presentó un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo-correlacional, con diseño no experimental y longitudinal. La población estuvo conformada por trabajadores y socios de la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., empleándose técnicas de encuesta y análisis documental para la recolección de información. Los datos obtenidos fueron procesados mediante herramientas estadísticas que permitieron identificar el comportamiento de las variables y establecer el grado de relación existente entre ellas.

Finalmente, la investigación se estructuró en diversos capítulos. El primer capítulo comprende el planteamiento del problema, objetivos, el segundo capítulo desarrolla la hipótesis y justificación del estudio. El tercer capítulo abarca el marco teórico, antecedentes y bases conceptuales relacionadas con las variables investigadas. El cuarto capítulo aborda la metodología de investigación, incluyendo diseño, población, muestra, técnicas e instrumentos. El quinto capítulo presenta los resultados, análisis e interpretación de datos. Por último, se exponen las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos correspondientes al estudio.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Determinación del problema de investigación

En Vietnam Da Cruz et.al (2024) argumentan que los exportadores enfrentan barreras no arancelarias, problemas logísticos en puertos y carreteras, fluctuaciones de precios internacionales, y una débil capacidad de adaptación del producto a los estándares de mercados premium; estas limitaciones impactan directamente en la rentabilidad de los productores, la estabilidad de los ingresos, restringen el desarrollo de marcas propias y la participación en las cadenas comerciales globales.

En Etiopía el país enfrenta serias limitaciones en su gestión comercial y sistema exportador, limitada capacidad institucional de las cooperativas, y un bajo nivel de adaptación a estándares internacionales de sostenibilidad y certificación. Estos problemas disminuyen el ingreso directo de los productores, y afectan la sostenibilidad del sector. También dificultan el cumplimiento de nuevas regulaciones internacionales poniendo en riesgo las futuras exportaciones (Ketema & Goshu , 2024).

Lubis et.al (2023) En Indonesia enfrenta una baja competitividad en el mercado internacional, debido a factores estructurales, logísticos, a pesar de su potencial productivo, enfrenta limitaciones estructurales en su gestión comercial de café, causadas por fragmentación productiva, infraestructura deficiente. Estas causas generan efectos negativos como la disminución de exportaciones, pérdida de valor agregado, y una creciente vulnerabilidad frente a regulaciones.

En el Perú la inexistencia de un modelo adecuado de gestión comercial limita progresivamente el crecimiento de las ventas en los mercados internacionales; del mismo modo, la escasa disponibilidad de recursos financieros, indispensables para el funcionamiento operativo y la sostenibilidad de la empresa, constituye una restricción significativa. Asimismo, la insuficiente incorporación de tecnología se presenta como un factor clave, debido a que incide directamente en la eficiencia de los procesos productivos y en la optimización de los costos.(Zarate & Huarcaya, 2025)

Según un estudio realizado por Molina et.al (2024) mencionan que en Jaén y San Ignacio, en Cajamarca, la débil sociedad de caficultores en cooperativas, el acceso limitado a financiamiento, la insolvencia de materias y la baja adopción tecnológica redujo la productividad y la capacidad de llevar volúmenes consistentes al mercado

internacional; el incremento de los costos operativos impidió que los exportadores pudieran adaptarse a condiciones adversas, provocando una caída drástica en los envíos a Estados Unidos.

El departamento de Amazonas Sánchez et.al (2022) presentaron un potencial importante para la producción de café orgánico y de calidad, sin embargo, enfrenta serios problemas de comercialización; la débil articulación entre los productores y los exportadores, sumada a una escasa presencia de estrategias de marketing internacional. Esto conlleva a que gran parte del café producido se venda como materia prima a granel, sin valor agregado, generando ingresos bajos y desperdiciando oportunidades en mercados premium como el europeo.

Valley Coffee Trading S.A.C. es una empresa dedicada a la exportación de café, ubicada en Bagua Grande; no obstante, en el proceso de acopio de la materia prima se presentan diversas dificultades operativas. En primer lugar, el área destinada al recibimiento del café no cuenta con un espacio adecuado, lo cual ocasiona retrasos en la atención a los proveedores y genera cuellos de botella y saturación en dicha zona. Asimismo, el almacén carece de una adecuada distribución del café según su calidad, lo que provoca confusión y demoras en las operaciones; estas deficiencias originan costos adicionales para la empresa y afectan negativamente su nivel de competitividad frente a otras organizaciones del sector que cuentan con una mejor implementación logística. De igual manera, la falta de precisión en el registro y ubicación de los productos, así como la ausencia de un sistema de codificación eficiente en la zona de acopio, ralentiza el proceso de exportación y dificulta la gestión operativa.

1.2. Formulación del problema

Problema general:

¿En qué medida la gestión comercial se asocia con la exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., 2021-2025, Bagua Grande?

Problemas específicos:

PE1. ¿Cuál es el nivel de gestión comercial en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., 2021-2025?

PE2. ¿Cuál es el nivel de exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., 2021-2025?

PE3. ¿En qué medida la planeación comercial, innovación tecnológica, rentabilidad y crecimiento, y capacitación y desempeño del personal se asocian con la exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., 2021-2025, Bagua Grande?

1.3. Objetivos: General y específicos

Objetivo General:

Determinar sí la gestión comercial se asocia con la exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., 2021-2025, Bagua Grande.

Objetivos específicos

OE1. Identificar el nivel de gestión comercial en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., 2021-2025.

OE2. Describir el nivel de exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., 2021-2025.

OE3. Establecer sí la planeación comercial, innovación tecnológica, rentabilidad y crecimiento, y capacitación y desempeño del personal se asocian con la exportación de café la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., 2021-2025, Bagua Grande.

1.4. Importancia y alcance de la investigación

La presente indagación es significativa ya que accede analizar de manera sistemática la gestión comercial y su relación con la exportación de café en la empresa, contribuyendo a la comprensión de cómo las buenas prácticas comerciales influyen en el desempeño exportador dentro del sector cafetalero peruano.

El alcance es descriptivo y correlacional, porque se orienta a referir las características de la gestión comercial y la exportación de café, así como a determinar la relación existente entre ambas variables en la empresa.

1.5. Justificación de la investigación

En el ámbito teórico, la investigación aporta conocimientos relacionados con la gestión comercial y el comercio internacional, específicamente en el rubro de la exportación de café. Asimismo, servirá como antecedente para futuras exploraciones académicas relacionadas con empresas agroexportadoras, especialmente aquellas dedicadas a productos tradicionales como el café

En lo práctico, el estudio proporcionará información relevante para la gerencia de la empresa, ya que permitirá identificar fortalezas y debilidades en los procesos de gestión comercial. Los resultados servirán como base para la toma de disposiciones, encaminadas a mejorar la eficiencia comercial y fortalecer la competitividad en los mercados de exportación.

Metodológicamente, el estudio es relevante porque emplea un enfoque cuantitativo, utilizando técnicas de recolección de datos como la encuesta y el análisis estadístico, lo cual permitirá validar instrumentos y métodos aplicables a investigaciones similares en el ámbito de la gestión comercial y la exportación.

Finalmente, en lo social y económico, la investigación contribuye indirectamente al fortalecimiento del sector cafetalero, ya que una mejor gestión comercial y desempeño exportador favorece la generación de ingresos, empleo y desarrollo económico en las zonas productoras de café.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

Internacionales

Rohwiyati et.al (2025) realizaron un estudio en Indonesia con el objeto de analizar la correlación entre la gestión comercial y el desempeño exportador de MYPES; bajo un enfoque cuantitativo, descriptivo-correlacional, encuestando a 212 empresas exportadoras de café los resultados evidenciaron que la orientación al cliente influye de manera positiva y significativa en la ventaja competitiva ($t = 3.048$; $p = 0.002$) y en el desempeño exportador ($t = 2.228$; $p = 0.026$). Asimismo, la orientación al competidor mostró una relación significativa con la ventaja competitiva ($t = 2.805$; $p = 0.005$), aunque no presentó influencia directa sobre el desempeño exportador ($p = 0.949$). El estudio concluye que una gestión comercial estructurada permite mejorar la participación en mercados internacionales de café.

Wibowo et al. (2025) describieron la capacidad de gestión comercial y su relación con el desempeño exportador en empresas cafetaleras; utilizaron un enfoque cuantitativo, no experimental y descriptivo, encuestando a 30 empresas exportadoras; los resultados evidenciaron que la estrategia de desarrollo de producto influye de manera auténtica y reveladora en el desempeño exportador (coeficiente = 0.437; $t = 3.842$), seguida de la capacidad de marketing (coeficiente = 0.365; $t = 3.251$) y el apoyo institucional (coeficiente = 0.298; $t = 2.975$). Estos hallazgos indican que mayores niveles de gestión comercial, expresados en innovación del producto, capacidades de comercialización y soporte institucional, se asocian con un mejor desempeño en las exportaciones de café.

En Colombia Huancas et al. (2025) analizaron el comportamiento de las exportaciones de café en el periodo 2019-2023, considerando los efectos de las dificultades meteorológicas en la producción. Adoptaron un enfoque cuantitativo y descriptivo, longitudinal. Resultando que Estados Unidos fue el principal destino, acumulando más de 6 millones de dólares FOB durante el periodo. Bélgica y Alemania ocuparon las siguientes posiciones en la lista de mercados destino. La exportación hacia Estados Unidos experimentó una reducción del 33.82 % entre 2022 y 2023, mientras que China presentó un crecimiento del 75.40 % en el mismo lapso, destacándose como un

mercado emergente para el café. Los autores concluyeron que la diversificación de mercados es crucial para mantener la competitividad de las exportaciones frente a la crisis climática que afecta la productividad en regiones tradicionales de producción, por lo que recomiendan centrarse en mercados con tendencia de crecimiento para sostener la competitividad internacional del café colombiano.

En Indonesia, Heriqbaldi et al. (2025) analizaron la asociación entre los programas de impulso exportador y el desempeño de las exportaciones, incorporando variables de gestión comercial como el conocimiento exportador y la percepción gerencial. Fue cuantitativo, no experimental y transversal, encuestando a 287 empresas exportadoras; los resultados evidenciaron que los programas de promoción de exportaciones influyen de manera positiva y significativa en el conocimiento exportador ($\beta = 0,41$; $p < 0,01$) y en la percepción de la gestión comercial ($\beta = 0,38$; $p < 0,01$); asimismo, el conocimiento exportador mostró una relación directa con el compromiso exportador ($\beta = 0,35$; $p < 0,05$), mientras que la competitividad exportadora impactó significativamente en el desempeño exportador ($\beta = 0,46$; $p < 0,01$), explicando aproximadamente el 48 % de la varianza del desempeño exportador ($R^2 = 0,48$). En conclusión, el estudio confirma que una adecuada gestión comercial, fortalecida por programas de promoción a las exportaciones, contribuye de manera significativa a mejorar la competitividad y los resultados exportadores.

En Etiopia Negeri y Ji, (2023) analizaron el efecto del conocimiento exportador y el compromiso exportador de café con el papel mediador de la adaptación del producto en las empresas exportadoras de café. Fue cuantitativa, y no experimental, encuestando a 273 empresas exportadoras. Los resultados mostraron que el conocimiento exportador tiene un efecto positivo y significativo sobre el desempeño exportador ($\beta = 0.141$; $p < 0.001$), así como sobre la adaptación del producto ($\beta = 0.501$; $p < 0.001$). El compromiso exportador también influyó significativamente en el desempeño exportador ($\beta = 0.424$; $p < 0.001$) y en la adaptación del producto ($\beta = 0.240$; $p < 0.001$), mientras que la adaptación del producto impactó directamente en el desempeño exportador ($\beta = 0.370$; $p < 0.001$. En conclusión, el estudio evidencia que el conocimiento exportador suficiente y un alto compromiso exportador, junto con estrategias de adaptación del producto, pueden mejorar significativamente el desempeño exportador de las empresas cafeteras.

Nacionales

En Lima Zárate y Huarcaya (2025) examinaron el vínculo entre el modelo de gestión comercial y las exportaciones de pisco desde el Perú hacia Estados Unidos. Fue cuantitativa, descriptivo-correlacional, bajo un cuestionario tipo Likert. Los resultados evidenciaron que el 68 % de las empresas presentó un nivel alto de aplicación del modelo de gestión comercial, mientras que el 72 % registró un nivel medio-alto de desempeño exportador; asimismo, se obtuvo un coeficiente de correlación de r = 0,78, con un nivel de significancia p < 0,01, lo que demuestra relación positiva, significativa y eficiente entre la gestión comercial y las exportaciones de pisco hacia el mercado estadounidense. Se concluyó que la adecuada implementación del modelo de gestión comercial, influye significativamente en el incremento y sostenibilidad de los envíos de pisco del Perú hacia Estados Unidos.

En Junín Inca y Rodrígues (2024) indagaron con el objetivo de describir la influencia de la gestión comercial en las exportaciones de café. Adoptaron un enfoque cuantitativo, descriptivo y correlacional, encuestaron a 60 productores cafetaleros. Los resultados evidenciaron que el 63,3 % de los encuestados percibió un nivel medio de gestión comercial, mientras que el 26,7 % la calificó como alta; en cuanto a la variable exportación, el 58,3 % indicó un nivel medio de desempeño exportador y el 31,7 % un nivel alto. Asimismo, el análisis correlacional arrojó un coeficiente de Spearman de r = 0,56, con un nivel de significancia p < 0,05, lo que demuestra la existencia de una correlación positiva moderada entre la gestión comercial y las exportaciones. Se concluyó que una gestión comercial influye favorablemente en el desempeño exportador

Esteban y Ramos (2024) investigaron con el objetivo de determinar la relación entre la competitividad empresarial y la exportación de las empresas de café de la región Junín durante el año 2023. Fue cuantitativo, descriptivo, y no experimental; encuestando a 20 empresas. Los resultados evidenciaron que el 65 % de las empresas presentó un nivel alto de competitividad empresarial, mientras que el 70 % mostró un nivel medio–alto de desempeño exportador; asimismo, se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman de r = 0,72, con un nivel de significancia p < 0,01, lo que indica una relación positiva y estadísticamente significativa entre ambas variables. Se concluyó que un mayor nivel de competitividad empresarial, especialmente en dimensiones como gestión

comercial, posicionamiento de mercado y capacidad organizacional, contribuye significativamente a mejorar el desempeño exportador de las compañías cafetaleras.

López y Portocarrero (2022) en su investigación buscaron establecer la relación entre la gestión comercial y la exportación de café en la provincia de Rodríguez de Mendoza, Amazonas 2022. Fue cuantitativa no experimental y nivel correlacional. Los resultados evidenciaron una relación alta y directa entre la gestión comercial y la exportación de café orgánico, obteniéndose un coeficiente de correlación de Spearman de r = 0,81, con un nivel de significancia p < 0,01; asimismo, las dimensiones gestión de ventas y clientes (r = 0,79), comunicación comercial (r = 0,74) y planificación estratégica comercial (r = 0,77) mostraron una relación significativa con la variable exportación. Se estableció también que la comercialización estaba vinculada directamente con la exportación del café cultivado en la provincia de Rodríguez de Mendoza, de tal manera que a mayor nivel de comercialización de las cooperativas de cafetaleros, mayores serán sus niveles de exportación.

Delgado (2022) determinó el vínculo entre la gestión comercial y la calidad de servicio al usuario en Electro Oriente; fue cuantitativo, y nivel descriptivo-correlacional. Los resultados evidenciaron que el nivel de gestión comercial en el área de reclamos fue calificado mayoritariamente como regular en un 65,94 %, seguido de un nivel ineficiente en 29,71 % y solo un 4,35 % lo consideró eficiente; asimismo, las dimensiones de la gestión comercial presentaron predominantemente un nivel regular. El análisis correlacional mostró la existencia de una relación positiva alta entre la gestión comercial de reclamos y la calidad de servicio al usuario, obteniéndose un coeficiente de correlación de Pearson de r = 0,762, con un nivel de significancia de p = 0,000, esto confirma que la relación es estadísticamente significativa. Se concluyó que una mejora en la gestión comercial del área de reclamos influye directamente en el incremento de la calidad del servicio.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Gestión comercial

La teoría de la ventaja competitiva según Barney (1991), sustenta que la mejora de una compañía depende de la adecuada gestión de sus recursos internos, los cuales deben ser valiosos, raros, difíciles de imitar y organizacionalmente explotables, las

empresas que gestionan estratégicamente sus recursos logran ventajas competitivas sostenibles que se reflejan en mejores resultados comerciales y mayor posicionamiento en los mercados. En el contexto del comercio internacional, esta teoría explica que una gestión comercial eficiente basada en la planificación, innovación tecnológica, rentabilidad y capital humano permite a las empresas exportadoras fortalecer su competitividad frente a otros actores del mercado global. Por ello, la teoría de la ventaja competitiva sustenta la hipótesis general de la investigación, al explicar la relación significativa entre la gestión comercial y la exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C.

Drucke (1954) en su teoría la planeación estratégica plantea que las organizaciones deben establecer objetivos claros, formular estrategias y definir acciones coherentes para lograr un desempeño eficiente y sostenible. La falta de planificación restringe la capacidad de las entidades para anticiparse a los cambios del entorno, afectando negativamente su gestión y resultados. Asimismo. En relación a la gestión comercial, esta teoría permite evaluar el nivel de organización, dirección y control de las actividades orientadas a la exportación. En tal sentido, la teoría de la planeación estratégica respalda la hipótesis específica que señala que el nivel de gestión comercial en la empresa es deficiente, al proporcionar un marco conceptual para identificar debilidades en la planificación comercial.

La teoría de la innovación tecnológica según Dalla y Alves, (2017) mencionan que introducción de nuevas tecnologías y procesos innovadores permite a las sociedades optimizar su eficacia, bajar precios y aumentar su competitividad en los mercados. La innovación es considerada un motor clave del crecimiento económico y del desempeño empresarial. En el ámbito de la gestión comercial y la exportación, la innovación tecnológica facilita la automatización de procesos, el uso de plataformas digitales y la mejora de la gestión de clientes internacionales. En este sentido, esta teoría sustenta la dimensión innovación tecnológica y explica su influencia significativa en la exportación de café, tal como se plantea en la hipótesis específica de la investigación

López y Portocarrero (2022) argumentan que la gestión comercial comprende el conjunto de estrategias que una empresa desarrolla para fortalecer y ampliar su actividad comercial, optimizando sus relaciones con el entorno, fomentando la innovación

tecnológica y consolidando su competitividad en el mercado. Su función principal consiste en vincular a la organización con el contexto externo, asumiendo un rol activo y participativo en el mercado a través del incremento de las ventas, la satisfacción del cliente, la capacitación del talento humano y la mejora continua de los procesos administrativos. En ese sentido, la gestión comercial tiene como finalidad alcanzar una mayor rentabilidad y propiciar el crecimiento sostenido de la organización; asimismo, no se limita únicamente al análisis del mercado, sino que abarca la introducción efectiva de productos y servicios orientados a satisfacer las necesidades del consumidor final.

También Pazmiño y Peña (2021) afirman que la gestión comercial tiene como misión facilitar la vinculación de la organización con su entorno externo, asumiendo diversas funciones estratégicas, entre ellas la satisfacción del cliente, el fortalecimiento de la participación en el mercado y el incremento de las ventas. Asimismo, comprende la adecuada planificación y ejecución de las actividades de marketing, la capacitación constante del recurso humano y la optimización de los procesos administrativos. Este conjunto de acciones se orienta al logro de una mayor rentabilidad, la cual constituye un factor clave para el crecimiento y la sostenibilidad de la empresa.

2.2.2. Dimensiones de la gestión comercial

Dimensión 1: Planeación comercial

Melgarejo et al. (2022) lo definen como estrategias de ventas se encuentran integradas dentro del plan de negocios de la empresa, en el cual se establecen los objetivos comerciales, las acciones necesarias para alcanzarlos y los mecanismos mediante los cuales serán medidos y ajustados en función del presupuesto disponible. Este proceso forma parte de la planificación estratégica organizacional, cuya finalidad es diseñar y ejecutar programas de acción orientados al cumplimiento de los objetivos de marketing y ventas. En ese sentido, la planeación en el proceso de ventas resulta esencial, ya que permite prever resultados y evaluar las consecuencias futuras de las decisiones adoptadas en el presente, así como analizar las tendencias del mercado y anticiparse a las amenazas del entorno, reduciendo sus posibles impactos.

Salas et al. (2021) evidencian que la planeación constituye un pilar fundamental dentro de la organización, debido a que permite proyectar el futuro y orientar las acciones hacia su cumplimiento. Asimismo, resulta indispensable para conducir a la empresa al

logro de sus objetivos, poniendo especial énfasis tanto en el entorno como en la participación de las personas involucradas. La planeación genera transformaciones significativas en las organizaciones, al promover la aplicación de técnicas innovadoras.

Los indicadores de esta dimensión son: Objetivos comerciales, análisis de mercado, planificación de ventas, estrategias de precios y programación comercial.

Dimensión 2: Innovación tecnológica

Para Morales y Freire (2021) la innovación tecnológica se entiende como el proceso mediante el cual las ideas y las invenciones se convierten en productos y procesos, integrando de manera necesaria el uso de la tecnología y su interacción con los mercados. En este sentido, la innovación se manifiesta a través de la introducción de productos o métodos nuevos o significativamente mejorados, o de la combinación de ambos, los cuales se diferencian de las prácticas existentes gracias a la aplicación de nuevos conocimientos y avances tecnológicos. Dichos desarrollos pueden originarse tanto al interior de la organización como a partir de fuentes externas, mediante asesoramiento especializado o la adquisición de tecnología.

Los indicadores de esta dimensión son: sistemas informáticos, tecnologías CRM, automatización, plataformas digitales y actualización tecnológica

Dimensión 3: Rentabilidad y crecimiento

Gonzales et al. (2023) argumentan que la rentabilidad se concibe como la relación resultante entre los ingresos económicos que genera una empresa y los costos o egresos de capital en los que incurre para el desarrollo de sus actividades. Por otro lado, Mera et. al (2022) sostienen que el crecimiento empresarial constituye un proceso mediante el cual las organizaciones logran consolidarse y expandirse dentro del mercado en el que operan, lo cual requiere una adecuada utilización de sus recursos. Estos recursos comprenden los de carácter económico y financiero, así como los activos, la maquinaria, el talento humano, la tecnología y todos aquellos elementos que contribuyen al cumplimiento de los objetivos organizacionales, tales como el incremento de la producción, el aumento de las ventas y la expansión de la empresa.

Los indicadores de esta dimensión son: ingresos por exportación, margen de rentabilidad, crecimiento de ventas, sostenibilidad financiera e inversión comercial.

Dimensión 4: Capacitación y desempeño del personal

Cid y Baldovinos (2025) conciben como un proceso sistemático orientado al desarrollo de las competencias del colaborador, mediante la transmisión de conocimientos relevantes para un adecuado desempeño laboral. Asimismo, fomenta actitudes, habilidades y capacidades específicas requeridas para cada puesto de trabajo, contribuyendo al fortalecimiento del crecimiento profesional de los empleados y, a su vez, apoyando el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Destaca que el desempeño laboral se refleja en acciones que un trabajador efectúa, con la intención de obtener objetivos y mejora en su labor. Este proceso requiere que cada trabajador diseñe y aplique una estrategia personal que le permita cumplir eficazmente con las metas establecidas

Los indicadores de esta dimensión son: capacitación en comercio exterior, conocimiento internacional, desempeño laboral, productividad y compromiso laboral.

2.2.3. Exportación

Buckley y Casson (2007) nos dicen que la teoría del crecimiento empresarial señala que el desarrollo de las organizaciones depende de su capacidad para utilizar eficientemente sus recursos y generar rentabilidad. Según esta teoría, las empresas con mayores niveles de rentabilidad tienen mayores posibilidades de expandirse, invertir en nuevos mercados y fortalecer su presencia internacional. Aplicada a la exportación de café, esta teoría explica cómo la rentabilidad y el crecimiento empresarial influyen en el incremento del volumen, frecuencia y continuidad de las exportaciones. Por ello, sustenta la dimensión rentabilidad y crecimiento y su relación significativa con la exportación de café en la empresa.

El modelo de internacionalización de Uppsala, desarrollado por Johanson y Vahln, (1977) explican que las empresas ingresan a los mercados internacionales de manera gradual, incrementando progresivamente su compromiso conforme adquieren mayor conocimiento y experiencia. Este proceso reduce la incertidumbre y el riesgo asociado a la internacionalización. Este modelo permite analizar el nivel de exportación de una empresa a partir del volumen, frecuencia y alcance de mercados internacionales. En ese sentido, sustenta la hipótesis específica que señala que el nivel de exportación de café en la empresa es bajo, así como la relación entre las dimensiones de la gestión comercial y el desempeño exportador.

Cui y Li (2024) argumentan que la teoría de las barreras al comercio internacional analiza los obstáculos que limitan el intercambio comercial entre países, tales como aranceles, barreras no arancelarias, requisitos legales, normas técnicas y certificaciones. De acuerdo con la literatura económica moderna, estas barreras influyen directamente en la capacidad exportadora de las empresas y en su acceso a los mercados internacionales. En el sector cafetalero, el cumplimiento de certificaciones y estándares internacionales es un requisito indispensable para exportar. Por ello, esta teoría sustenta la dimensión barrera de exportación y certificaciones, explicando su impacto en el desempeño exportador de la empresa.

Pulgarín y Mora (2022) definen exportaciones como las operaciones comerciales internacionales mediante las cuales los productos de origen nacional son comercializados en mercados externos, generalmente como resultado de excedentes de producción interna. Un aspecto relevante de este proceso es que, a través de las exportaciones, muchos países han logrado fortalecer y equilibrar su balanza comercial, generando diversos beneficios que contribuyen al crecimiento y estabilidad de sus economías.

También Gonzáles et al. (2024) lo mencionan como una operación de donación, venta o trueque de bienes entre residentes de distintos países, lo que genera una transferencia de propiedad entre agentes ubicados en diferentes territorios. Este planteamiento involucra diversos factores, entre los que destacan las diferencias tecnológicas, la dotación de factores productivos, las economías de escala y las variaciones en la demanda, así como las políticas arancelarias. En conjunto, estos elementos influyen en la producción interna de los países participantes, generando efectos como el incremento de los flujos comerciales, el crecimiento sostenible y el aumento de la productividad.

2.2.4. Dimensiones de la exportación

Dimensión 1: Volumen y frecuencia

Para Cortijo y Ortiz (2014) el Volumen se describe a la capacidad de una compañía o un país de producir y ofrecer productos o servicios en los distintos mercados internacionales. Mientras que frecuencia es la cantidad de ocasiones en las que una actividad se realiza dentro de un período de tiempo específico Zamarripa et. al (2014).

Los indicadores de esta dimensión son: Cantidad exportada, frecuencia de envíos, continuidad, cumplimiento de pedidos y capacidad exportadora.

Dimensión 2: Mercados internacionales

Francion y Martin (2024) lo definen como los entornos económicos y competitivos ubicados fuera del país de origen de una empresa, donde se realizan transacciones de bienes, servicios y recursos entre agentes de diferentes países y donde las organizaciones toman decisiones estratégicas de ingreso, adaptación y expansión para competir en contextos culturales, regulatorios y económicos diversos

Los indicadores de esta dimensión son: diversificación, nuevos mercados, permanencia, ferias internacionales y relaciones comerciales

Dimensión 3: Barreras de exportación

Nieto (2023) entiende por barreras al comercio exterior a aquellos obstáculos que dificultan que las empresas que aún no se han internacionalizado puedan incorporarse al proceso de internacionalización. En este sentido, una barrera al comercio exterior es cualquier factor, ya sea de origen interno o externo, que limita la capacidad de las empresas para iniciar, expandir o sostener sus actividades en los mercados internacionales

Los indicadores de esta dimensión son: barreras arancelarias, barreras no arancelarias, trámites aduaneros, costos logísticos y requisitos legales.

Dimensión 4: Certificaciones

La certificación se entiende como el procedimiento mediante el cual se declara de forma oficial que un producto, proceso o servicio cumple con los requisitos y criterios previamente establecidos. Asimismo, las certificaciones permiten evaluar y contrastar fortalezas y oportunidades de mejora, además de brindar la posibilidad de obtener un reconocimiento externo que fortalece la imagen y el prestigio de la organización frente a los clientes y otras entidades (Mediavilla, 2024)

Attanasio et al. (2025) agregan que un proceso que verifica formalmente que una organización cumple con un conjunto de estándares o criterios predefinidos. señalando que la certificación de este tipo representa la adopción de prácticas responsables que son evaluadas y validadas sistemáticamente por terceros como parte de un marco reconocido internacionalmente.

Los indicadores de esta dimensión son: Certificación orgánica, comercio justo, certificaciones de calidad, estándares internacionales e impacto en exportaciones.

2.3. Definición de términos básicos

Café: El café se define como la bebida obtenida a partir de los frutos y semillas de la planta del cafeto. Se caracteriza por su efecto estimulante, debido a la presencia de cafeína en su composición. Asimismo, el grano de café presenta una estructura química altamente compleja, en la cual se han identificado más de 300 compuestos. Esta complejidad explica que, en gran medida, aún no se conozcan con precisión los fundamentos químicos que determinan el sabor y el aroma característicos del café (Monteza & Tafur, 2020).

Empresa: Montone et al. (2023). Definen a empresa como organizaciones que emplean estrategias para producir, mejores rendimientos en los mercados, a la vez que crean vínculos captando clientes potenciales, obteniendo proyectos más rentables generando una mejor fluidez y rentabilidad posteriores.

III. HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis

Hipótesis General

La gestión comercial se asocia de manera significativa con la exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., 2021-2025, Bagua Grande.

Hipótesis específicas

HE1. El nivel de gestión comercial en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., 2021-2025, es alto.

HE2. El nivel de exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., 2021-2025, es medio.

HE3. La planeación comercial, innovación tecnológica, rentabilidad y crecimiento, y capacitación y desempeño del personal se relaciona de manera significativa con la exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., 2021-2025, Bagua Grande.

3.2. Variables

3.2.1. Variable 1: Gestión comercial

Definición conceptual

López y Portocarrero (2022) enfatizan que la gestión comercial comprende el conjunto de estrategias que una empresa desarrolla para ampliar su actividad comercial, fortalecer sus relaciones con el entorno, impulsar la innovación tecnológica y mejorar su nivel de competitividad. Su función principal consiste en facilitar la apertura de la organización hacia el mercado externo, asumiendo un rol activo a través del incremento de las ventas, la satisfacción del cliente, la capacitación del recurso humano y la optimización de los procesos administrativos. Asimismo, la gestión comercial tiene como finalidad alcanzar una mayor rentabilidad y promover el crecimiento de la organización. En este sentido, no se limita únicamente al análisis del mercado, sino que abarca la introducción efectiva de productos y servicios orientados a atender las necesidades del consumidor final.

Definición operacional

La gestión comercial se medirá a través de un cuestionario estructurado aplicado al personal de la empresa, considerando las dimensiones: planeación comercial,

innovación tecnológica, rentabilidad y crecimiento, y capacitación y desempeño del personal. La medición se realizará mediante una escala tipo Likert con alternativas de respuesta ordinales, cuyos resultados permitirán clasificar el nivel de gestión comercial en deficiente, regular o eficiente, de acuerdo con los puntajes obtenido.

3.2.2. Variable 2: Exportación de café

Definición conceptual

Pulgarín y Mora (2022) plantean que las exportaciones constituyen operaciones comerciales internacionales mediante las cuales los bienes de producción nacional, especialmente aquellos que superan la demanda interna, son colocados en mercados externos. Un aspecto relevante de este proceso es que, a través de las exportaciones, numerosos países han logrado fortalecer y equilibrar su balanza comercial, lo que contribuye a la generación de diversos beneficios para el desarrollo y la estabilidad de sus economías.

Definición operacional

La exportación de café se evaluará mediante un cuestionario estructurado, aplicado al personal vinculado al área comercial y de exportaciones, considerando las domensiones: volumen y frecuencia, mercados internacionales, barreras de exportación y certificaciones. La medición se realizará utilizando una escala tipo Likert, permitiendo clasificar el nivel de exportación en bajo, medio o alto, según los puntajes obtenidos en el instrumento.

3.3. Operacionalización de variables

V1: Gestión comercial: está conformada por 4 dimensiones; la primera es planeación comercial, con sus indicadores: objetivos comerciales, análisis de mercado, planificación de ventas, estrategias de precios y programación comercial. La segunda innovación tecnológica, con sus indicadores: sistemas informáticos, tecnologías CRM, automatización, plataformas digitales y actualización tecnológica. La tercera rentabilidad y crecimiento, con sus indicadores: ingresos por exportación, margen de rentabilidad, crecimiento de ventas, sostenibilidad financiera e inversión comercial. Finalmente tenemos capacitación y desempeño del personal y sus indicadores son: capacitación en comercio exterior, conocimiento internacional, desempeño laboral, productividad y compromiso laboral.

V2: Exportación de café: Cuenta con cuatro dimensiones y son las siguientes: volumen y frecuencia con sus indicadores: cantidad exportada, frecuencia de envíos, continuidad, cumplimiento de pedidos y capacidad exportadora. La segunda mercados internacionales con sus respectivos indicadores: diversificación, nuevos mercados, permanencia, ferias internacionales y relaciones comerciales. La tercera, barrera de exportación con los siguientes indicadores: barreras arancelarias, barreras no arancelarias, trámites aduaneros, costos logísticos y requisitos legales y por último tenemos a las certificaciones conformada por los indicadores: certificación orgánica, comercio justo, certificaciones de calidad, estándares internacionales e impacto en exportaciones.

IV. METDOLOGÍA

4.1. Enfoque de la investigación

Se consideró un enfoque cuantitativo dado que; de tal manera se fundamenta en la recolección y el análisis de datos de carácter numérico con el propósito de responder a las preguntas de investigación y contrastar hipótesis, a través de la medición y el tratamiento cuantitativo de la información, como lo señalan (Vizcaíno et al., 2023).

4.2. Tipo de investigación

Fue aplicada, ya que se orienta a la solución de problemas prácticos, teniendo como finalidad aplicar los conocimientos obtenidos a partir de la investigación para atender diversas problemáticas. Asimismo, utiliza conocimientos, métodos y técnicas que permiten optimizar la producción de bienes o resolver situaciones conflictivas de manera eficiente (Villanueva , 2022).

4.3. Diseño de investigación

El diseño fue no experimental dado que la investigación se limita a la observación de hechos ya existentes, los cuales no son provocados intencionalmente por el investigador y no se manipularon las variables de manera intencional como lo explican (Romero et al., 2021).

4.4. Método

Fue descriptivo ya que se orientó a describir de manera detallada un fenómeno o situación, permitiendo elaborar una representación precisa de eventos, personas o contextos, a partir del análisis minucioso de sus características, propiedades y particularidades; además, fue correlacional, ya que se buscó identificar la existencia de una relación estadística entre dos o más variables de estudio como lo establecen (Vizcaíno et al., 2023).

4.5. Población y muestra

4.5.1. Población

Estuvo conformada por 50 personas entre trabajadores y socios de la empresa, además reportes de exportación del 2021 al 2025

4.5.2. Muestra

4.5.2.1. Muestra censal

La muestra censal es aquella en la que se incluye el total de elementos que

conforman la población objeto de estudio, por lo que la población y la muestra coinciden, sin realizar ningún tipo de selección parcial de unidades de análisis. Este tipo de muestreo se utiliza cuando la población es finita, accesible y manejable, permitiendo una recolección exhaustiva de los datos (Ávila & Toro, 2024).

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.6.1. Técnicas

Las técnicas utilizadas fueron la encuesta y el análisis documental; con respecto a la encuesta dado que fue una herramienta versátil y accesible que permitió recopilar información de un amplio número de personas que facilitó al investigador analizar los comportamientos y características de una población objetivo; en cambio, el análisis documental permitió revisar y evaluar de manera sistemática la parte estadística de las exportaciones de la empresa en estudio, como lo indican (Medina et al., 2023).

4.6.2. Instrumentos

Se utilizaron dos instrumentos el cuestionario y la guía de análisis documental; con respecto al cuestionario estuvo conformado por 40 preguntas, divididas en 20 para cada variable; además se utilizó la guía de análisis documental para la variable exportación de café de los periodos 2021-2025.

4.7. Validez y confiabilidad de instrumentos

La validez de los instrumentos de recolección de datos se determinó mediante el juicio de expertos, con la finalidad de evaluar la pertinencia, claridad, coherencia y relevancia de los ítems formulados en el cuestionario aplicado a los trabajadores y socios de la empresa. Para ello, el instrumento fue sometido a evaluación por especialistas con experiencia en investigación científica, metodología y gestión empresarial, quienes revisaron cada uno de los ítems correspondientes a las variables gestión comercial, exportación de café y variables de control. Posteriormente, se realizaron las correcciones y observaciones sugeridas por los expertos, permitiendo mejorar la estructura y comprensión del cuestionario antes de su aplicación definitiva.

La confiabilidad del instrumento se determinó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, el cual permitió medir el nivel de consistencia interna de los ítems incluidos en el cuestionario. Para el procesamiento estadístico se utilizó el programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), obteniéndose un coeficiente Alfa de Cronbach

superior a 0,70, valor que evidencia una adecuada confiabilidad del instrumento de investigación. Esto indica que los ítems presentan coherencia y estabilidad en sus respuestas, permitiendo obtener información confiable para el análisis de las variables estudiadas.

4.8. Contrastación de la hipótesis

Con el fin de elegir adecuadamente la prueba estadística de correlación, se evaluó el supuesto de normalidad mediante la prueba de Shapiro-Wilk, recomendada para muestras menores o iguales a 50 casos. La regla de decisión establece que, si el valor de p resulta superior a 0,05, los datos siguen una distribución normal; en caso contrario, se concluye que la distribución no es normal.

Regla de decisión: Si p-valor es menor a 0,05, se acepta la hipótesis alterna.

Si p-valor es mayor a 0,05, se acepta la hipótesis nula.

Tabla 1. *Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk para las variables del estudio*

Variable / Dimensión	*W*	*p*	Distribución
Gestión comercial (total)	0,863	0,002	No normal
D1: Planeación comercial	0,968	0,193	Normal
D2: Innovación tecnológica	0,967	0,180	Normal
D3: Rentabilidad y crecimiento	0,947	0,027	No normal
D4: Capacitación y desempeño	0,974	0,335	Normal
Exportación de café (total)	0,812	0,004	No normal
E1: Volumen y frecuencia	0,949	0,031	No normal
E2: Mercados internacionales	0,965	0,149	Normal
E3: Barreras de exportación	0,969	0,209	Normal
E4: Certificaciones	0,945	0,021	No normal

Nota: Datos obtenidos del SPSS en base a la encuesta aplicada.

Los resultados de la tabla 1 muestran que cuatro variables no cumplen con el supuesto de normalidad: la dimensión rentabilidad y crecimiento (W = 0,947; p = 0,027), la dimensión volumen y frecuencia (W = 0,949; p = 0,031) y la dimensión certificaciones (W = 0,945; p = 0,021), la gestión comercial (W = 0,863; p = 0,002) y exportación de café (W = 0,812; p = 0,004) ya que sus valores de p resultaron inferiores a 0,05. En consecuencia, se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman para la contratación de hipótesis, decisión que coincide con lo previsto en la metodología del estudio.

V. RESULTADOS

5.1. Presentación y análisis de los resultados

5.1.1 Resultados descriptivos

5.1.2 Nivel de gestión comercial

Primer objetivo específico

Los datos plasmados en la figura 1 revelan que la mayor parte del personal encuestado percibe un nivel alto de gestión comercial en la empresa. De los 50 participantes, 43 (86,0%) coincidieron en ubicar sus respuestas en el rango alto, mientras que los 7 restantes (14,0%) se situaron en el nivel medio. Cabe destacar que ningún encuestado consideró que la gestión comercial alcanzara un nivel bajo. Estos hallazgos sugieren que, desde la mirada del personal, las prácticas relacionadas con la planeación, la incorporación de tecnología, la búsqueda de rentabilidad y la formación del equipo de trabajo se desarrollan de manera satisfactoria al interior de la firma.

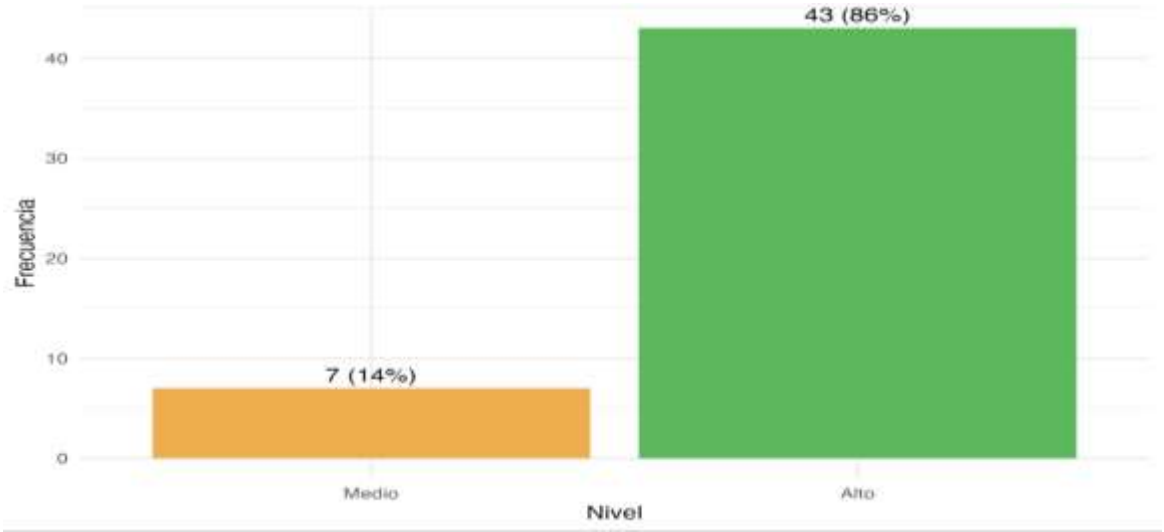


Figura 1.

Distribución porcentual del nivel de gestión comercial

5.1.3 Nivel de exportación de café

El segundo objetivo específico

La figura 2 revela que los resultados del modelo estiman que la exportación de café de la empresa presentaría una línea de crecimiento general durante el periodo 2021-2025. El nivel más bajo de exportaciones se observó en 2021, con 1,785,412, y el más alto en 2025, con 2,098,540. A pesar de una pequeña caída en 2024 respecto al año anterior, el comportamiento de fondo indica un crecimiento acumulado del 17.54% para el periodo 2021-2025. Por lo tanto, se puede decir que el nivel de exportación de café era suficientemente alto, y con tendencia creciente en el periodo considerado.

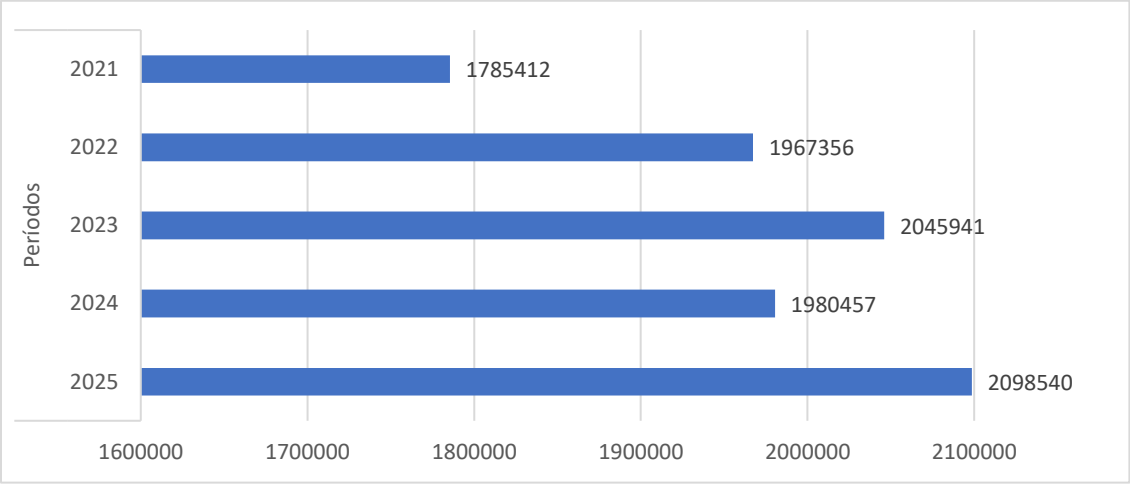


Figura 2.

Distribución del nivel de exportación de café (expresado en soles).

5.1.2.1 Resultados inferenciales

El tercer objetivo específico

Tabla 2. *Correlación entre las dimensiones de la gestión comercial y exportación de café*

Dimensión	Exportación de café
D1: Planeación comercial	**0,338 (0,016)***
D2: Innovación tecnológica	-0,133 (0,359)
D3: Rentabilidad y crecimiento	0,153 (0,290)
D4: Capacitación y desempeño	0,143 (0,321)

Nota. Cada celda muestra Rho (p). La interpretación de la magnitud sigue los criterios de Cohen. El nivel de significancia considerado es del 5 %. n = 50. La correlación significativa aparece en negrita y marcada con asterisco.

La Tabla 2 evidencia que, de las doce correlaciones evaluadas, únicamente la dimensión planeación comercial presenta una relación estadísticamente significativa, y solo con la exportación de café (Rho = 0,338; p = 0,016), con magnitud moderada positiva; revelando que cuando los trabajadores perciben mejores prácticas de planeación (objetivos comerciales claros, análisis del mercado, planificación de ventas, estrategias de precios y programación de actividades), también tienden a percibir un mejor desempeño exportador.

Las otras tres dimensiones no alcanzaron significancia estadística con la variable exportación de café. La innovación tecnológica mostró correlaciones negativas hacia la exportación de café (Rho = -0,133; p = 0,359). La rentabilidad y crecimiento presentó correlaciones débiles positivas con la variable exportación de café (Rho = 0,153; p = 0,290). La dimensión capacitación y desempeño del personal mostró correlaciones débiles o insignificantes con la variable exportación de café (Rho = 0,143; p = 0,321). En consecuencia, la hipótesis específica ampliada se confirma de manera parcial, dado que solo una de las cuatro relaciones evaluadas resultó estadísticamente significativa.

Objetivo general

Tabla 3.

Correlación entre la gestión comercial y la exportación de café

Variables	Exportación de café	
	Rho	**p**
Gestión comercial	0,638	0,002

Nota. Coeficiente de correlación de Spearman. Nivel de significancia del 5 %. n = 50.

Los resultados de la Tabla 3 evidencian que la gestión comercial mostró una asociación positiva considerable y estadísticamente significativa (Rho = 0,638; p = 0,002), demostrando que a mejor gestión comercial aumentan las exportaciones de café.

5.2. Discusión de resultados

Respecto al objetivo general, se determinó que entre ambas variables existe una asociación positiva considerable y altamente significativa, demostrando que mientras se cumplan con los objetivos comerciales, se realice un análisis de mercado pertinente y se cumpla con la planificación de ventas y toda la programación comercial entonces las exportaciones de café aumentan. En este sentido los datos se amparan en el estudio de

López y Portocarrero (2022), en su primera investigación, calcularon una correlación directa muy alta (Rho = 0.81) para la variable de gestión comercial respecto a las exportaciones de café orgánico en Rodríguez de Mendoza; Inca y Rodrígues (2024) hicieron lo mismo con una correlación moderada (Rho = 0.56) para las cooperativas cafeteras destinadas al mercado alemán; Zárate y Huarcaya (2025) estudiaron empresas exportadoras de pisco presentando una asociación fuerte de r = 0.78; Esteban y Ramos, mediante la correlación de Spearman, también trabajaron con el concepto más amplio de competitividad empresarial, logrando una relación alta para empresas de café en Junín (Rho: 0.72).

La información se deriva de las percepciones del personal sobre las prácticas internas, mientras que las exportaciones de café son un fenómeno condicionado no solo por estos factores ex ante, sino también por elementos externos más allá de la empresa, por ejemplo, el comportamiento internacional en el mercado, así como las barreras arancelarias y no arancelarias ya identificadas en algunas investigaciones recientes (Cui y Li 2024), o las fluctuaciones de precios observadas por Da Cruz et al.; (2024)

Por último, al leer los resultados en consonancia con la teoría de las barreras al comercio internacional (Cui y Li 2024) y Heriqbaldi et al. Los autores (2025) señalan que el papel de la gestión comercial en el desempeño exportador es, por lo general, indirecto, porque se canaliza a través de algunos programas de promoción, el conocimiento de exportación y la competitividad. A través de la investigación exploratoria sobre las opciones de producto/servicio a partir de vacíos en los satisfactores, es razonable suponer que, en una empresa en la que los programas de promoción no son una práctica habitual o están débilmente establecidos, la gestión comercial se manifiesta predominantemente como planificación, capitalizando en todas las demás dimensiones que requieren trabajo previo para lograr resultados de exportación. Esta es una investigación valiosa que, sin cerrar el debate, respalda un caso particular, pero abre vías para modelos más amplios que incorporen variables externas y mediadoras en el análisis del desempeño exportador del café.

El primer objetivo específico estuvo dirigido a determinar el grado de gestión comercial que considera a los trabajadores y socios de Los resultados indican que el 86.0% del personal categorizó esta variable como alta, mientras que el resto (14.0%) la calificó como media; no se registraron respuestas en el rango bajo para esta variable. Esto constituye, obviamente, un perfil marcadamente positivo que contrasta con la hipótesis específica que esperaba un nivel inadecuado y que requiere leer los datos con cautela, ya que los empleados pueden verse afectados tanto por el efecto de cercanía como por el de familiaridad, influyendo en su percepción.

Los resultados identificados en general coinciden con los registrados por Zárate y Huarcaya (2025), quienes en empresas exportadoras de pisco hacia Estados Unidos indicaron que el 68% de las organizaciones mostró un alto nivel de aplicación del modelo de gestión comercial. La cercanía de ambos resultados indica que, en empresas peruanas vinculadas a productos de exportación, las prácticas de planificación, el uso de tecnologías, la búsqueda de la rentabilidad y el personal totalmente capacitado tienden a considerarse bien establecidos desde un punto de vista interno.

No obstante, el nivel muy alto observado en Valley Coffee Trading (86.0%) es más de tres veces la calificación alta descrita por Inca y Rodrígues (2024) para la gestión comercial en la Cooperativa, donde solo el 26.7% de los productores reportó un nivel alto

y el 63.3% lo calificó como medio. La diferencia probablemente se explica por el tipo de actor: En las cooperativas, los productores miembros generalmente están en la base de la cadena, por lo que naturalmente tienen una percepción más negativa sobre el vínculo comercial y la situación a priori. Los trabajadores y socios en una empresa exportadora privada podrían juzgar mejor su propia experiencia que otros que los involucran, ya que ellos mismos los buscan directamente, añadieron los autores.

Desde la perspectiva teórica, la lógica de estos resultados puede explicarse por la teoría de la ventaja competitiva de Barney (1991), que vincula la buena gestión de los recursos internos con el desempeño organizacional. Los altos niveles de gestión comercial reportados implican que la empresa estaría recurriendo al menos con respecto a la práctica percibida a la planificación, el capital humano y los recursos tecnológicos. También está en línea con la teoría de planificación estratégica de Drucker (1954) y con Järvenpää e Ylitalo (2017), que enfatiza más el objetivo comercial y la actividad/organización de ventas. Pero, por supuesto, la buena voluntad no se traduce automáticamente en entregas de exportación tangibles en el momento; este punto se aborda más adelante.

Pasando al segundo objetivo específico, los datos indicaron que hay 68.0% de personal con percepción de nivel medio y 32.0% con nivel alto hacia la actividad de exportación de café, sin ningún caso en el rango bajo. Estos datos no respaldan la hipótesis específica un nivel bajo esperado de exportaciones, pero sí demuestran un desempeño intermedio, que podría satisfacerse con un mejor desempeño exportador hasta la banda superior.

Esta distribución se asemeja al reportado por Inca & Rodríguez (2024), donde hallaron que el 58,3% de su muestra calificó el desempeño exportador como medio y el 31,7% como alto, porcentajes que son casi paralelos a los de la firma. Los resultados, obtenidos a partir de dos contextos peruanos de producción de café (selva central y Bagua Grande), confirman la hipótesis de que el sector se ubica en un punto medio del desempeño exportador, condicionado principalmente por factores estructurales como el volumen disponible, la diversificación de mercados y el acceso a certificaciones.

Por otro lado, los resultados del estudio difieren de los reportados por Zárate y Huarcaya (2021) para el pisco, en el que el 72% de las empresas mostró un nivel medio-

alto de desempeño exportador. Esta diferencia podría explicarse por el hecho de que, si bien el pisco es un producto establecido con una denominación de origen con valor agregado, continúa moviéndose dentro de bandas de mayor sofisticación comercial; por el contrario, el café peruano aún lucha por escalar el valor más allá de los granos verdes. Sánchez et al., (2022) ofrece una idea de qué tan débilmente vinculados están los productores y los exportadores en Amazonas, donde predominan las ventas a granel.

La distribución de las respuestas a lo largo de los niveles intermedios está, por tanto, también en consonancia con la lectura de Da Cruz et al. sobre exportadores vietnamitas (2024), donde ocurre lo mismo: tanto las barreras logísticas como cierta dificultad para actualizar el producto a mercados de gama alta impiden que se alcancen plenamente los niveles de alto desempeño. Por ejemplo, en el caso de la empresa, esto significa que las limitaciones operativas señaladas por el enunciado del problema distribución insuficiente de almacenes, cuellos de botella en el área de recolección y falta de un sistema de codificación eficiente son precisamente lo que se encuentra en un escenario en el que el desempeño exportador es aceptable, pero no se consolida (totalmente) en niveles máximos.

La definición de un nivel medio de exportación puede entenderse utilizando el modelo de internacionalización de Uppsala (Johanson y Vahln, 1977), como una etapa intermedia del proceso de inserción internacional en la que la empresa tiene cierta experiencia realizando actividades de exportación, pero aún está lejos de un compromiso pleno respecto a la diversificación de mercados o a todas las certificaciones requeridas por el comercio mundial del café.

Respecto al tercer objetivo específico estuvo dirigido a establecer la relación entre la exportación de café y las cuatro dimensiones de la gestión comercial. Los resultados fueron heterogéneos, revelando que solo la planificación comercial (Rho = 0.338; p = 0.016) alcanzó significación estadística con una magnitud moderada y signo positivo, mientras que ninguno de los cuatro antecedentes (Innovación tecnológica (Rho = -0.133; p = 0.359); Rentabilidad y crecimiento (Rho = 0.153; p = 0.290); Capacitación del personal y desempeño (Rho = 0.143; p = 0.321)) concluyó mostrando asociaciones significativas hacia las exportaciones de café. Esto conduce a una confirmación parcial de la hipótesis específica.

El resultante que corresponde a la planificación comercial se ajusta a lo reportado por López y Portocarrero (2022), quienes hallaron en su estudio sobre cooperativas cafeteras en la zona de Rodríguez de Mendoza que la dimensión de planificación comercial estratégica tuvo una correlación de 0.77 con las exportaciones; sin embargo, aquí el cambio entre estas dos variables fue mucho mayor que el observado en Valley Coffee Trading. La concordancia en el signo y la magnitud sustenta el argumento planteado en Melgarejo y Pérez (2022) y Salas et al. Como indican Garcia y Martin (2021), brindamos evidencia de que las metas comerciales, el análisis de mercado y una planificación adecuada y escalonada de las acciones de ventas son, efectivamente, la vía más directa para conectar la organización interna y los Resultados de Exportación. La diferencia en magnitud puede explicarse por la unidad de análisis (una frente a varias cooperativas) y por las particularidades operativas de cada contexto.

El resultado más sorprendente del análisis ampliado corresponde a la dimensión innovación tecnológica, que mostró correlaciones negativas hacia dos de los tres outcomes evaluados: calidad del café (Rho = -0,025; p = 0,862) y exportación de café (Rho = -0,133; p = 0,359), y una correlación prácticamente nula con los costos logísticos de exportación (Rho = 0,059; p = 0,684). Aunque ninguna de estas correlaciones alcanzó significancia estadística, el patrón consistente de signos negativos o nulos en los tres outcomes contradice el argumento de Dalla y Alves (2017), según el cual la adopción de tecnología debería potenciar la competitividad exportadora y, por extensión, los atributos del producto. Una interpretación plausible es que las inversiones en tecnología en estén orientadas principalmente a la administración interna y no se traduzcan en mejoras tangibles sobre el producto exportado, ni en la eficiencia de la cadena logística, ni en el volumen y diversificación de mercados. Como sugieren Heriqbaldi et al. (2025), la tecnología por sí sola es insuficiente; requiere acompañamiento de capacidades de marketing internacional y de apoyo institucional para que su efecto se manifieste en el desempeño exportador. El hallazgo refuerza la necesidad de evaluar la implementación efectiva de las herramientas tecnológicas, distinguiendo entre disponibilidad y uso orientado a la internacionalización.

La débil y no significativa correlación entre la rentabilidad, el crecimiento y la productividad contrasta de manera marcada con la teoría del crecimiento empresarial de

Buckley y Casson (2007), que sostiene que mayores niveles de rentabilidad, a su vez, harían más probable que las empresas persigan una mayor internacionalización. Los datos transversales basados en las percepciones de los empleados en un único momento en el tiempo, al parecer, no abarcan plenamente la relación dinámica entre la rentabilidad y la exportación. También conviene recordar el arduo trabajo de Mera et al. (2022), quienes argumentan que, para impulsar el crecimiento empresarial mediante la innovación tecnológica, es necesaria la explotación conjunta de los recursos económicos, financieros, humanos y tecnológicos; un elemento que podría estar reduciendo el efecto aislado de esta dimensión.

VI. Conclusiones

Se concluye con respecto al objetivo general que ambas variables como la gestión comercial y exportación se café mantienen una asociación significativa y positiva considerable, revelando que sí se aplican las estrategias adecuadas, se realiza una planificación anticipada, se mejora la innovación tecnológica y se logra la competitividad dentro de la organización entonces las exportaciones de café se verían beneficiadas.

Se concluye con respecto al primer objetivo específico que la gestión comercial, desde la perspectiva de la empresa, es un valor como práctica intrínseca en sus dimensiones de planificación, incorporación tecnológica, rentabilidad y capacitación lo que permite alcanzar las metas trazadas.

Se concluye con respecto al segundo objetivo específico que la exportación de café es bajo e intermedio con potencial de mejora, pero para ello se necesita tener mayor presencia en mercados internacionales.

Con respecto al tercer objetivo específico se concluye que, de las cuatro correlaciones evaluadas, únicamente la dimensión planeación comercial se correlacionó significativamente con la exportación de café, revelando que, en el contexto particular de la firma, la planificación comercial constituye la práctica más claramente asociada al desempeño exportador, mientras que las restantes dimensiones requieren acompañarse de factores complementarios para que su efecto se manifieste.

VII. Recomendaciones

Se sugiere al gerente general de la empresa reforzar la gestión comercial de forma integral, por el hecho de que tiene una buena asociación importante y estadísticamente significativa con la exportación de café, siendo necesario implementar mecanismos de seguimiento continuo de los objetivos comerciales, de explorar el comportamiento de los mercados internacionales y evaluar con continuidad las políticas orientadas a aumentar la presencia de la empresa en destinos exteriores.

Se recomienda al gerente general fortalecer las prácticas de gestión comercial que actualmente son bien valoradas por los trabajadores y socios de la empresa, en particular aquellas relativas a planificación, organización de la actividad comercial y cumplimiento de objetivos, siendo necesario aplicar indicadores de desempeño que posibiliten evaluar periódicamente los resultados alcanzados y detectar a tiempo posibles áreas de mejora.

Se recomienda al gerente general formular estrategias para mantener y aumentar tal crecimiento de la exportación del café a través del ingreso a nuevos mercados internacionales, la diversificación de clientes y destinos comerciales y el fortalecimiento de los lazos con compradores actuales.

Se sugiere al gerente general formular acciones que permitan consolidar y ampliar este crecimiento, dirigidas a la búsqueda de nuevos mercados internacionales, la diversificación de clientes y destinos comerciales y la profundización de las relaciones con compradores actuales; además, debe dar seguimiento continuo de los volúmenes y valores exportados para anticipar cambios de los mercados internacionales y en la economía mundial.

Referencias bibliográficas

Lubis, M., Syafii, M., & Sukardi. (2023). Analysis of Factors Influencing Indonesian Coffee Export Volume Abroad. *International Journal of Scientific Multidisciplinary Research, 1*(9), 1201-1210. https://doi.org/10.55927/ijsmr.v1i9.6557

Pazmiño, P., & Peña, I. (2021). El comportamiento del consumidor en la gestión comercial del destino turístico pedernales: un enfoque desde las ciencias sociales y la mercadotecnia. *ULEAM Bahía Magazine, 1*(1), 52-66. https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/uleam_bahia_magazine/article/view/86

Acosta, M., & Jiménez, M. (2020). Modelo de gestión empresarial del Ecuador. *Revista Científica FIPCAEC, 5*(5), 115 - 131. https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i5.218

Acosta, S. (2023). Los enfoques de investigación en las Ciencias Sociales. *Revista Lationamericana Ogmios , 3*(8). https://doi.org/10.53595/rlo.v3.i8.084

Almerco, J., Arapa, E., & Quispe, B. (2021). Impacto de las Exportaciones de Café sobre el Crecimiento Económico del Perú 2013 – 2019. *Revista De Análisis Y Difusión De Perspectivas Educativas Y Empresariales, 1*(1), 62-77. doi.org/10.56216/radee012021jun.a06

Arias, J. (2021). *Técnicas e instrumentos de investigación científica.* Enfoques Consulting EIRL. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26118w/Tecnicas%20e%20instrumentos.pdf

Arias, J., & Covinos, M. (2021). Diseño y Metodología de la Investigación. http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260

Arteaga, R., Solis, V., Hernández, L., & Arauz , A. (2021). Marketing digital y la gestión comercial de relaciones con los clientes (crm) de las pymes de Manabí -Ecuador. *Observatorio de la Economía Latinoamericana, 19*(1). https://ojs.observatoriolatinoamericano.com/ojs/index.php/olel/article/view/6

Attipoe, S., Kwanowaa, O., & Sefa, F. (2023). The Determinants of Technical Efficiency of Cocoa Production in Ghana: An Analysis of the Role of Rural and Community Banks. *Sustainable Production and Consumption, 23*(1), 11 - 20. https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.04.001

Badi'ah, R. (2023). Management of Cocoa Bean Processing Business PT Perkebunan Nusantara XII Kendenglembu Plantation. *Researchgate, 4*(4), 1 - 50. 10.37385/msej.v4i4.1144

Barrera, J. (2020). Control Interno, su vínculo con la Eficiencia Operativa y la Rentabilidad. *Vinculatégica EFAN, 6*(1), 734–741. Obtenido de https://vinculategica.uanl.mx/index.php/v/article/view/626

Benavides, S., & Cepeda, C. (2024). *Análisis de las perspectivas de las exportaciones colombianas de café para el período 2023-2027.* Universidad de La Salle [Tesis para optar por el título de profesional en: Finanzas y Comercio Internacional]. https://ciencia.lasalle.edu.co/items/26eeb9f9-f106-4be8-beab-60ecb2b43e4f

Cabello, G., Castromonte, I., & León, G. (2021). *Gestión empresarial y la comercialización de los derivados del cacao de los productores del distrito de callería, ucayali – 2021. .* Proyecto de tesis, Universidad Nacional de Ucayali. http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/unu/5192/b02_2022_unu_administracion_2021_t_gianina-cabello_karla-castromonte_gladysleon.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cañar, J., & Hidalgo, A. (2021). Modelos de gestión empresarial centrados en la innovación como ventaja competitiva. Una mirada a las PYMES de Manta. *6*(3), 2165-2189. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926827

Carrasco, Y., Mendoza, N., López, Y., Mori, R., & Alvarado, J. (2021). La competitividad empresarial en las pymes: retos y alcances. *Revista Universidad y Sociedad, 13*(5), 1 - 8. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202021000500557&script=sci_arttext&tlng=en

Ccahuay , J., Jara, K., & Vásquez, M. (2020). Plan de mejora en la gestión operativa para reducir costos de la empresa shalom empresarial S.A.C Chiclayo. *12*(3), 348–359. https://doi.org/10.26495/tzh.v12i3.1332

Cedeño , F., & Pérez, C. (2021). Modelo de gestión administrativa para proponer procesos de industrialización del cacao. *Revista Científica Ciencia Y Tecnología, 21*(30). https://doi.org/10.47189/rcct.v30i30.442

Chavarry, G., & Diaz, M. (2020). *Mejora de los procesos logísticos de exportación para generar eficiencia operativa en la empresa hilandería de algodón peruano S.A,*

Lima. Tesis, Universidad San Ignacio de Loyola. https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/81b27a23-7fd0-4063-b7bb-3d36045bc905/content

Cid, J., & Baldovinos, I. (2025). Capacitación al personal y su influencia en el desempeño laboral. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, 6*(1), 665. https://doi.org/10.56712/latam.v6i1.3368

Cortijo, U., & Ortiz, G. (2014). *La influencia de los factores del volumen de exportaciones de arándanos de perú a ee. uu. en el periodo 2013 a 2023.* Universidad San Ignacio de Loyola [Tesis para optar el Título Profesional].

Cotera, N., & Sotomayor, B. (2019). *Producción y exportación de café orgánico de la región San Martin al mercado de EE.UU. durante el periodo 2012-2017 (Tesis para obtener el título profesional de: Licenciada en Negocios Internacionales).* Universidad César Vallejo . https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42437/Cotera_ON-Sotomayor_VB.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Da Cruz , P., Mendes, J., Sanches, P., Severino, J., & Terra, M. (2024). Impacts of Brazilian Green Coffee Production and Its Logistical Corridors on the International Coffee Market. *Logistics, 8*(2), 39. https://doi.org/10.3390/logistics8020039

Delgado, W. (2022). *Gestión comercial y calidad de servicio al usuario en Electro Oriente Provincia de San Martín - 2021.* Universidad César Vallejo [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/84770/Delgado_AWG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Díaz, S. (2023). La Importancia del liderazgo en la gestión empresarial. *Revista Científica YACHAQ, 7*(1), 175–186. https://doi.org/10.46363/yachaq.v7i1.9

Espinoza, M., Espinoza, E., & Chumpitaz , H. (2021). *Control interno y gestión empresarial de centros comerciales peruanos en tiempos de la actual pandemia (2020).* https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/34703

Fernández , M. (2021). El trabajo autónomo ante las nuevas formas de organización empresarial en el contexto de la economía digital. *Universidade de Vigo*(158), 183 - 211. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8088955

Francia, K., Higinio, K., & Ponce, M. (2020). *Relación entre la gestion de relacion con el cliente y la lealtad de los agentes de de carga a los almacenes extraportuarios del callao 2019.* Universidad San Ignacio de Loyola [Tesis de pregrado]. https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/bad4a8e3-0a8f-46b0-b8f3-079f035ffc5e/content

Francion, B., & Martin, O. (2024). International market, network, and opportunity selection: A systematic review of empirical research, integrative framework,and comprehensive research agenda . *Journal of International Management, 30*(5), 101174. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1075425324000553

Galarza, P., Jumbo, M., & Agualongo, J. (2022). Innovación tecnológica en la industria de restaurantes del Cantón Pedro Vicente Maldonado. *Journal of Economic and Social Science Research, 2*(1), 31-43. https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v2/n1/45

Gamboa, M., & Rivera , R. (2019). *Eficiencia en procesos de exportación de café orgánico en asociación de productores Sumaq café ecologico, Junin - Perú a EE.UU, 2017.* Universidad Privada del Norte [Tesis para optar el título profesional de: Licenciado en Administración y Negocios Internacionales]. https://hdl.handle.net/11537/22309

García, A., Pico, B., & Jaimez, R. (2021). La cadena de producción del Cacao en Ecuador: Resiliencia en los diferentes actores de la producción. *Revista Digital Novasinergia, 4*(2), 1 - 21. https://doi.org/10.37135/ns.01.08.10

García, C., Vaca, C., & Acosta, C. (2021). La eficiencia operativa en el sector agrícola para la optimización de los procesos productivos. *Revista estudios de la cienega, 22*(44), PP 101-116. https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Gonzalez-Arruti/publication/371307255_El_medio_ambiente_y_el_Derecho_constitucional_mexicano/links/647e3d2ad702370600d6ac70/El-medio-ambiente-y-el-Derecho-constitucional-mexicano.pdf#page=102

García, L., Carnero, S., Seminario, M., & Flores, C. (2021). Gestión empresarial de Asociaciones de banano orgánico del Valle del Chira, Sullana-Perú. *Revista de Ciencias Sociales, 17*(3), pp 404-416. https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/36527/39250

García, M., López, G., Pérez, M., & Campos, R. (2021). Administración de operaciones y su impacto en el desempeño de las empresas. *Revista de Ciencias Sociales , 16*(1), pp 112-126. https://www.researchgate.net/publication/349928785_Administracion_de_operaciones_y_su_impacto_en_el_desempeno_de_las_empresas

Ghiglione, F. (2021). El cuadro de mando integral como herramienta de eficiencia en la gestión empresarial en Argentina. *Ciencias administrativas*(18). http://dx.doi.org/https://doi.org/10.24215/23143738e088

Gómez, R., Sánchez, D., López, W., & Gómez, D. (2024). Aplicación de estrategias de marketing digital para fortalecer las ventas. *Universidad de ciencia y tecnogía, 28*(123), 1-77. https://doi.org/10.47460/uct.v28i123.801

Gonzales, J., Chávez, W., Chávez, J., & Santos, A. (2023). El crecimiento empresarial y su relación en la rentabilidad de una MYPE del rubro comercial en Arequipa, Perú. *Region cientifica, 2*(2). https://doi.org/10.58763/rc202387

González, A., Delfín, Y., & Daniel, E. (2024). Business Intelligence para el análisis estratégico enempresasexportadoras de castañas en Perú. *Revista de la universidad del zulia, 15*(42), 21O-227. https://doi.org/10.46925//rdluz.42.12

González, P. (2023). Análisis de riesgos y oportunidades en la economía circular: Caso de estudio en la industria manufacturera. *Bastcorp International Journal, 2*(2), 3–13. https://editorialinnova.com/index.php/bij/article/view/28

Guerrero, O. (2024). La Construcción de Teoría en Administración Pública. *SSRN, 1*(1), 1 - 26. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4686397

Huancas, A., Castro, V., & González, J. (2025). Comportamientodelas exportaCionesde Café Colombiano durante el periodo 2019-2023. *Publicaciones e Investigación. Bogotá, 19*(1), 1-7. https://doi.10.22490/25394088.8965

Huertas, T., Suárez, E., Salgado, M., Jadán, L., & Jiménez, B. (2020). Diseño de un modelo de gestión. Base científica y práctica para su elaboración. *Revista Universidad y Sociedad, 12*(1), 165-177. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100165

Inca, M., & Rodrígues, S. (2024). *Gestión comercial e influencia en exportación de café de coopertiva cafetalera Selva Alta hacia Alemania - 2024.* Universidad Femenina del Sagrado Corazón [Tesis de pregrado]. https://repositorio.unife.edu.pe/item/4782f26e-ee6a-4d3c-9369-41adc25e82ef

Infante, K., & Montoya, J. (2022). *Gestión logística y exportación de café verde de MYPES en Lima hacia el mercado canadiense, 2019 – 2020 [Tesis de pregrado,* Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/102432/Infante_AKJ-Montoya_AJA-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Jiménez, K., Maribel, J., & Vega, A. (2023). Análisis de las exportaciones del café en el Ecuador, periodo 2017-2021. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 7*(1), 6166-6184. doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4909

Julio, P. (2020). Importancia del modelo de gestión empresarial para las organizaciones modernas . *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración, 4*(16), pp. 272-283. https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v4i16.99

Ketema, M., & Goshu , A. (2024). Ethiopian Coffee Export Performance and Diversification Analysis. *Journal of Equity in Sciences and Sustainable Development, 7*(2), 180-192. 10.20372/mwu.jessd.2024.1561

Lalaleo, F., & Martinez, A. (2022). Estrategias empresariales en el contexto de las medianas empresas manufactureras. Una búsqueda especializada de literatura. *Revista Killkana Sociales, 6*(0), 41-54. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8964811

Larrosa, J., Cruz, G., & Sayay, S. (2020). Las tendencias de la organización empresarial. *Revista de Investigación Formativa: Innovación Y Aplicaciones Técnico - Tecnológicas, 2*(1). http://ojsuf.formacion.edu.ec/index.php/rei/article

Lechuga, C., & Lechuga, E. (2020). *Propuesta de mejora del ambiente laboral en base al Coaching de desarrollo de competencias para la organización empresarial Business Partners Consultora S.A.C. Lima-Perú.* https://hdl.handle.net/20.500.12892/196

López, J., & Portocarrero, K. (2022). *Gestión comercial para la exportación de café orgánico de la provincia de Rodriguez de Mendoza, Amazonas 2022.* Universidad César Vallejo [Tesis de pregrado]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/93440/L%c3%b3pez_LJH-Portocarrero_SDLK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

López, J., & Portocarrero, K. (2022). *Gestión comercial para la exportación de café orgánico de la provincia de Rodriguez de Mendoza, Amazonas 2022 . [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo].* https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/93440/L%c3%b3pez_LJH-Portocarrero_SDLK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

López, L., Marulanda, C., & Salinas, J. (2021). Modelo para el análisis de la estrategia de operaciones de las empresas exportadoras del sector metalmecánico del triángulo del café de Colombia. *Información tecnológica, 32*(6), 45-52. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642021000600045

Lundberg, B. (2023). *Evolución de la administración y la teoría administrativa.* Tecnológico Nacional de México. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/99548959/Articulo1_Evolucion_de_la_administracion_y_la_teoria_administrativa_Bryan_Lundberg-libre.pdf?1678210675=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEvolucion_de_la_administracion_y_la_teo.pdf&Expires=1

Manosalvas, L., Baque, L., & Penafiel, G. (2020). Estrategia de control interno para el área de inventarios en la empresa Ferricortez comercializadora de productos ferreteros en el cantón Santo Domingo. *Revista Universidad y Sociedad, 12*(4), 288-293. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400288&script=sci_abstract

Marquez, S. (2023). *Gestión administrativa en la exportadora de cacao global cocoa s.a.s del cantón Babahoyo, periodo 2022.* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica De

Babahoyo]. http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/14830/E-UTB-FAFI-ING.COM-000963.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Medranda, A., & Mendoza, J. (2023). *Gestión administrativa y su incidencia en el rendimiento económico, de la asociación de productores agrícolas "la montañita" del cantón.* [Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria De Manabí]. https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/2321/1/TIC_AE56D.pdf

Mego, M. (2022). *Gestión operativa y cumplimiento de metas de seguridad ciudadana en la Municipalidad Distrital de Habana – 2022.* https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/95833

Melgarejo, A., & Pérez, J. (2022). Plan comercial y administración de ventas: Potenciadores del éxito de una empresa. *Avenir, 6*(1), 44-52. https://fundacionavenir.com.co/avenir/index.php/revista/article/download/69/85

Mendiola, A. (2020). Incidencia de las políticas empresariales medioambientales en la gestión de residuos sólidos en el sector construcción, Lima 2018. *Revista Industrial Data, 23*(2), 83-93. ttps://doi.org/10.15381/idata.v23i2.17948

Mendoza, V., & Moreira, J. (2021). Procesos de Gestión Administrativa, un recorrido desde su origen. *Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas Económicas y Contables, 6*(3), 608-620. https://www.researchgate.net/publication/357355960_Procesos_de_Gestion_Administrativa_un_recorrido_desde_su_origen

Mendoza, V., & Moreira, J. (2021). Procesos de Gestión Administrativa, un recorrido desde su origen. *Revista Científica FIPCAEC , 6*(3), 608 - 620. https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i3.414

Mera , M., Baidal, E., Malave, J., & Mercedes, E. (2022). La mejora y crecimiento empresarial a través de las estrategias de marketing digital. *Journal of Business Sciences, 4*(17), 45-62. https://doi.org/10.53734/eidea.vol4.id234

Molina , D., Rodríguez, A., & Noriega, M. (2024). Propuesta de mejora en la cadena de suministro de café: región Cajamarca. *Ingeniería Industrial*, 11-33. https://doi.org/10.26439/ing.ind2024.n.6547

Monteza , M., & Tafur, J. (2020). *Optimización del tiempo y temperatura en la obtención de sucedáneo de café a base de frejol bayo (Phaseolus vulgaris) y algarroba (Prosopis pallida).* Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo [Tesis de pregrado]. https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/9033/Monteza_L%c3%b3pez_Mariana_Del_Pilar_y_Tafur_Ramirez_Josu%c3%a9_Manuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Montone , M., Van Den Assem, M., & Zwinkels, R. (2023). Company name fluency and stock returns. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*. https://doi.org/10.1016/j.jbef.2023.100819

Morales, G., & Freire, J. (2021). La innovación tecnológica: creando competitividad en las empresas desarrolladoras de software. *Podium, 39*, 139–154. 10.31095/podium.2021.39.9

Morejón, M., & Salcedo, B. (2024). *Cultura organizacional y su influencia en la toma de decisiones gerenciales de la importadora ab motors del Cantón Machala.* https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/6329

Moreno, M., Claudio, N., & Figueroa, D. (2022). Estrategias de marketing y su incidencia en las ventas de la Asociación de Agricultores 11 de octubre, Parroquia El Anegado. *Dominio de las Ciencias, 8*(2), 562-587. http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i2.2663

Negeri, A., & Ji, Q. (2023). Export knowledge, export commitment and coffee export performance in Ethiopia. *Heliyon, 9*(6). https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16403

Niebles, W., Rojas, C., Pacheco, C., & Hernández, H. (2020). Desarrollo de estrategias de direccionamiento estratégico para la gestión de calidad en empresas del sector industrial. *Información tecnológica, 31*(5), 45–156. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642022000600145

Nieto, J. (2023). *Barreras de exportación y su relación con el desarrollo del marketing en empresas agroexportadoras en ica, 2022.* Universidad nacional San Luis Gonzaga [Tesis de pregrado].

https://repositorio.unica.edu.pe/server/api/core/bitstreams/1213d153-a04e-4702-8174-b295267beb6f/content

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2020). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis, Hugo Eusebio Romero Delgado.* Bogota: © Ediciones de la U.

Orellana, D. (2022). *Factores de gestión empresarial que impulsan la competitividad de las mipymes, sector muebles de madera en el sur del Ecuador.* Universidad Autónoma De Nuevo León. http://eprints.uanl.mx/23005/1/1080315804.pdf

Otavalo, T., Paredes, D., Calderón, L., & Guerra, V. (2023). Importancia de la gestión de calidad en la productividad empresarial de las microempresas textiles de la ciudad de Otavalo en la provincia de Imbabura – Ecuador. *Revista Espacios, 44*(5). 10.48082/espacios-a23v44n05pYY

Paredes, Y., Quispe, F., & Garate, J. (2022). La gestión empresarial y la productividad de las asociaciones de productores de Theobroma cacaoL. en el distrito de Las Piedras, Madre de Dios. *Revista Amazónica de Ciencias Sociales, 1*(2), 2022. https://doi.org/10.55873/racs.v1i2.189

Pari, M. (2023). Control interno y eficiencia operativa en el área de producción de la empresa marga S.R.L de Chorrillos. *Rev. Horizonte Empresarial, 10*(2), 1-16. https://doi.org/10.26495/rce.v10i2.2660

Paucar, S. (2022). *Modelo de gestión comercial para la asociación agroartesanal de caficultores Río Intag "Aacri", cantón Cotacachi, provincia de Imbabura .* Universidad Técnica del Norte [Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de Magister en Gestión de Agroempresas y Agronegocios}. http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/13385

Pazmiño, P., & Peña, I. (2021). El comportamiento del consumidor en la gestión comercial del destino turístico pedernales: un enfoque desde las ciencias sociales y la mercadotecnia. *ULEAM Bahía Magazine, 1*(1), 52-66. https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/uleam_bahia_magazine/article/view/86

Pedraza, M. (2022). *Caracterización de la eficiencia operativa de una empresa de servicios, Trujillo 2022.*

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/117170/Pedraza_OMS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Perdigón, R. (2020). Estrategia digital para fortalecer la gestión comercial de las cooperativas agropecuarias cubanas. *COODES, 8*(1), 33-44. http://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/286

Pérez, K., & Alfonso, D. (2023). El proceso de capacitación. Retos para lograr resultados superiores en una organización. *Cooperativismo y Desarrollo, 11*(2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2310-340X2023000200006

Picado, A., & Sergueyevna, N. (2021). La gestión empresarial en las micro, pequeñas, medianas empresas . *Revista Científica de FAREM-Estelí*, 96-114. https://doi.org/10.5377/farem.v0i0.11610

Pulgarín, R., & Mora, R. (2022). Comportamiento de las exportaciones de camarón y su incidencia en el crecimiento económico del Ecuador en el periodo 2011 – 2021. *Polo del Conocimiento, 7*(2), 810-837. 10.23857/pc.v7i1.3620

Quezada, P. (2021). *Propuesta de optimización de los procesos de fabricación para incrementar la eficiencia operativa de la planta de envases en San Miguel Industrias PET Ecuador.* Investigación de posgrado, Universidad Politécnica Salesiana. https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/21248

Quilca, F. (2023). *Gestión empresarial y su incidencia en la productividad de las empresas agroindustriales mypes, Pisco 2023.* Tesis, Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/126233/Quilca_FEW-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Quintana, P. (2020). Importancia del modelo de gestión empresarial para las organizaciones modernas. *Patricia. (2020). Importancia del modelo de gestión empresarial para las organizaciones modernas. Revista de Investigación En Ciencias de La Administración, 4*(16), 272–283. https://www.redalyc.org/journal/6219/621965988007/html/

Ramírez , G., Magaña, D., & Ojeda, R. (2022). Productividad, aspectos q ue b enefician a la organización. Revisión sistemática de la producción científIca. *Revisión*

sistemática de la producción científica. Trascender, Contabilidad Y Gestión, 7(20), 189-208. https://trascender.unison.mx/index.php/trascender/article/view/166/227

Rivas, L. (2024). Intertextualidad del discurso en el desarrollo de la teoría sobre administración científica. *Revista científica FCES, 1*(6), 1 - 7. https://revistasacad.uasd.edu.do/index.php/rcfces/article/view/9

Romero, D., Pertuz, V., & Orozco, E. (2020). Factores determinantes de competitividad e integración organizacional: revisión sistemática exploratoria . *Información tecnológica, 31*(5). http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000500021

Salas, E., Mendoza, D., & López, D. (2021). Planificación estratégica en empresas de servicios públicos domiciliarios de Riohacha, Colombia. *Revista Venezolana De Gerencia, 26*(5), 755-773. https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/36476

Sambrano, J. (2020). *Métodos de investigación.* Alpha editorial. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=yXJ6EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=METODOS+DE+INVESTIGACI%C3%93N+CIENTIFICA&ots=ATUHFIK-G4&sig=2WsT41-QVpfi4WE-0mfhFWsDxU4#v=onepage&q&f=false

Sánchez, A., Cruz, O., Cueva , E., & Sánchez , F. (2022). Caracterización de la comercialización de café en la región Amazonas, Perú, 2021. *Horizonte Empresarial, 9*(1), 1-12. 10.26495/rce.v9i1.2179

Sandoval, D., Vivero, A., & Alemán, K. (2023). Diagnóstico de gestión empresarial en la empresa Dr. ICE de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura . *Universidad Y Sociedad, 15*(S3), 365-373. https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/4247

Señalin, L., Olaya, R., & Herrera, J. (2020). Gestión presupuestaria y planificación empresarial: algunas reflexiones. *25*(92), 1704-1715. https://biblat.unam.mx/es/revista/revista-venezolana-de-gerencia/articulo/gestion-presupuestaria-y-planificacion-empresarial-algunas-reflexiones

Solis, M., Palomino, M., Alanya, J., & Vera, G. (2022). Recursos humanos y gestión empresarial en Ingelectros Perú S. A. en Los OlivosPerú. *Revista de Ciencias Sociales (Ve), 28*(5). https://www.redalyc.org/journal/280/28071845017/28071845017.pdf

Thi, H., Samarasinghe, B., Phommarad, A., & Ning, X. (2025). Vietnam's Coffee Exports in the Global Coffee Market: An Analysis of Competitiveness, Constraints, and Strategic Reforms. *Sustainable Agriculture and Genetic Resources, 2*(1), 1-17. 10.71317/SAGR.002.01.0442

Vargas, F., & Ferrer, R. (2021). Crisis en la situación económica y financiera en las empresas agroindustriales en la provincia de Leoncio Prado. *Departamento Académico de Ciencias Contables - UNAS, 9*(14), 39-48. https://revistas.unas.edu.pe/index.php/Balances/article/view/262/248

Villagra, N. (2021). *Estrategias y mejoras operativas aplicadas a la gestión de inventarios y operaciones para obtener eficiencia operativa.* Obtenido de https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/13252

Vizcaíno, P., Cedeño, R., & Maldonado, I. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 7*(4), 9723-9762. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658

Yépez, G., Quimis, N., & Sumba, R. (2021). El marketing mix como estrategia de posicionamiento en las MIPYMES ecuatorianas. *Dialnet, 6*(3), 2045-2069. 10.23857/pc.v6i3.2492

Zamarripa, J., Ruiz, F., López, J., & Fernández, R. (2014). Frecuencia, duración, intensidad y niveles de actividad física durante el tiempo libre en la población adulta de Monterrey (Nuevo León, México). *Espiral. Cuadernos del Profesorado, 7*(14), 3-12. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4993671.pdf

Zárate, G., & Huarcaya , G. (2025). *Modelo de gestión comercial y su relación en las exportaciones de pisco de Perú hacia Estados Unidos - 2024.* Universidad Femenina del Sagrado Corazón [Tesis de pregrado]. https://repositorio.unife.edu.pe/item/5f9cee80-ae4e-471d-837f-1e819c162b5b

Zarate, G., & Huarcaya, G. (2025). *Modelo de gestión comercial y su relación en las exportaciones de pisco de Perú hacia Estados Unidos - 2024.* Universidad Femenina del Sagrado Corazón [Tesis de pregrado]. https://repositorio.unife.edu.pe/server/api/core/bitstreams/7f76f367-1870-4ed1-8991-daa3d5a2c555/content

Zarate, G., & Huarcaya, G. (2025). *Modelo de gestión comercial y su relación en las exportaciones de pisco de Perú hacia Estados Unidos - 2024.* Universidad Femenina del Sagrado Corazón [Tesis de pregrado].

ANEXOS

ANEXO 1. Matriz de operacionalización

Matriz de operacionalización de la variable 01: Gestión comercial.

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	indicadores	Ítems	Escala	Niveles o rangos
López y Portocarrero, (2022) argumentan que la gestión comercial son las estrategias que emplea una empresa para que amplíe su comercialización, además de sus relaciones, mejor innovación tecnológica y competitividad; La gestión comercial tiene como función, la apertura de una organización de cualquier tipo, con el mundo exterior, asumiendo tareas participativas de la empresa en el mercado	La gestión comercial se medirá a través de un cuestionario estructurado aplicado al personal de la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., considerando las dimensiones: planeación comercial, innovación tecnológica, rentabilidad y crecimiento, y capacitación y desempeño del personal. La medición se realizará mediante una escala tipo Likert con alternativas de respuesta ordinales, cuyos resultados permitirán clasificar el nivel de gestión comercial en deficiente, regular o eficiente, de acuerdo con los puntajes obtenido.	**D1: Planeación comercial**	Objetivos comerciales, análisis de mercado, planificación de ventas, estrategias de precios y programación comercial.	1,2,3,4 y 5	Ordinal o nominal (5): Siempre (4): Casi siempre (3): A veces (2): Casi nunca (1): Nunca	Alto (74 – 100) Medio (47 – 73) Bajo (20 – 46)
		D2: Innovación tecnológica	Sistemas informáticos, tecnologías CRM, automatización, plataformas digitales y actualización tecnológica	6,7,8,9 y 10.		
		D3: Rentabilidad y crecimiento	Ingresos por exportación, margen de rentabilidad, crecimiento de ventas, sostenibilidad financiera e inversión comercial.	11,12,13, 14 y 15		
		D4: Capacitación y desempeño del personal	Capacitación en comercio exterior, conocimiento internacional, desempeño laboral, productividad y compromiso laboral.	16, 17, 18, 19 y 20		

Matriz de operacionalización de la variable 02: Exportación de café

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Niveles o rangos
Pulgarín y Mora (2022) plantean que las exportaciones constituyen operaciones comerciales internacionales mediante las cuales los bienes de producción nacional, especialmente aquellos que superan la demanda interna, son colocados en mercados externos. Un aspecto relevante de este proceso es que, a través de las exportaciones, numerosos países han logrado fortalecer y equilibrar su balanza comercial.	La exportación de café se evaluará mediante un cuestionario estructurado, aplicado al personal vinculado al área comercial y de exportaciones, considerando las domensiones: volumen y frecuencia, mercados internacionales, barreras de exportación y certificaciones.	D1: Volumen y frecuencia	Certificación orgánica, comercio justo, certificaciones de calidad, estándares internacionales e impacto en exportaciones	21,22,23, 24,25	Ordinal o nominal (5) siempre (4) casi siempre (3) a veces (2) casi nunca (1) nunca	Alto (60-45) Medio (29-44) Bajo (12-28)
		D2: Mercados internacionales	Diversificación, nuevos mercados, permanencia, ferias internacionales y relaciones comerciales	26,27,28, 29,30		
		D3: Barreras internacionales	Barreras no arancelarias, trámites aduaneros, costos logísticos y requisitos legales.	31,32,33, 34,35		
		D4: Certificaciones	Certificación orgánica, comercio justo, certificaciones de calidad, estándares internacionales e impacto en exportaciones	36,37,38, 39,40		

ANEXO 2. Matriz de consistencia

TÍTULO: Gestión comercial y exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C.,2021-2025
AUTOR: Beken Jamil Perez Acu

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
General: ¿Cuál es la relación de la gestión comercial en la exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading? **Específicos** 1) ¿Cuál es el nivel de gestión comercial en la empresa Valley Coffee Trading? 2) ¿Cuál es el nivel de exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading? 3) ¿Cuál es la relación de las dimensiones innovación tecnológica, rentabilidad y crecimiento, planeación comercial y capacitación y desempeño del personal en la exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading?	**General:** Determinar la relación de la gestión comercial en la exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading **Específicos** 1) Identificar el nivel de gestión comercial en la empresa Valley Coffee Trading 2) Describir el nivel de exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading 3) Establecer la relación de las dimensiones innovación tecnológica, rentabilidad y crecimiento, planeación comercial y capacitación y desempeño del personal en la exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading	**General:** Existe relación significativa de la gestión comercial en la exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading **Específicas** 1) El nivel de gestión comercial en la empresa Valley Coffee Trading; es deficiente 2) El nivel de exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading; es bajo 3) Existe relación significativa de las dimensiones innovación tecnológica, rentabilidad y crecimiento, planeación comercial y capacitación y desempeño del personal en la exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading	***Variable 1: Gestión Comercial***			
			Dimensiones	**Indicadores**	**Ítems**	**Niveles/rangos**
			D1: Planeación comercial	Objetivos comerciales, análisis de mercado, planificación de ventas, estrategias de precios y programación comercial.	1,2,3,4 y 5.	Alto (74 – 100) Medio (47 – 73)
			D2: Innovación tecnológica	Sistemas informáticos, tecnologías CRM, automatización, plataformas digitales y actualización tecnológica.	6,7,8, 9 y 10.	Bajo (20 – 46)
			D3: Rentabilidad y crecimiento	Ingresos por exportación, margen de rentabilidad, crecimiento de ventas, sostenibilidad financiera e inversión comercial.	11,12,13,14 y 15	
			D.4. Capacitación y desempeño del personal	Capacitación en comercio exterior, conocimiento internacional, desempeño laboral, productividad y compromiso laboral.	16,17,18, 19 y 20	
			Variable 2: Exportación de Café			
			D1: Volumen y frecuencia	Cantidad exportada, frecuencia de envíos, continuidad, cumplimiento de pedidos y capacidad exportadora.	21,22,23, 24 y 25	Alto (60 – 45) Medio (29 – 44)
			D2: Mercados internacionales	Diversificación, nuevos mercados, permanencia, ferias internacionales y relaciones comerciales.	26,27, 28, 29 y 30	Bajo (12 – 28)
			D3: Barreras de exportación	Barreras arancelarias, barreras no arancelarias, trámites aduaneros, costos logísticos y requisitos legales.	31, 32, 33, 34 y 35	
			D4: Certificaciones	Certificación orgánica, comercio justo, certificaciones de calidad, estándares internacionales e impacto en exportaciones.	36, 37, 38, 39 y 40.	

Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Estadística descriptiva e inferencial
Tipo: Aplicada **Enfoque:** Cuantitativo **Diseño:** No experimental- longitudinal **Método:** Descriptivo- Correlacional	**Población:** 50 personas **Muestra:**	**Técnica:** Encuesta **Instrumentos:** De la V1: Gestión Comercial De la V2: Exportación de Café Nro. Ítems: 40	**Descriptiva:** Uso del programa SPSS para describir tablas y figuras. **Inferencial:** Uso del programa SPSS para contrastar las hipótesis. Prueba de Coeficiente de correlación de Spearman:

ANEXO 3. Instrumentos de evaluación

“**Cuestionario Gestión comercial en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., 2021-2025”**						
		Escala				
Dimensión: Planeación comercial		**Siempre (5)**	**Casi siempre (4)**	**A veces (3)**	**Casi nunca (2)**	**Nunca (1)**
1	¿La empresa establece objetivos comerciales claros para la exportación de café?					
2	¿Se realiza un análisis constante del mercado internacional?					
3	¿Existe una planificación adecuada de las ventas de exportación?					
4	¿La empresa aplica estrategias de precios competitivas en el mercado internacional?					
5	¿Se programan actividades comerciales orientadas a la exportación?					
Dimensión: Innovación tecnológica						
6	¿La empresa utiliza sistemas informáticos para la gestión comercial?					
7	¿Se emplean herramientas tecnológicas para gestionar clientes internacionales?					
8	¿Los procesos comerciales están automatizados?					
9	¿Se utilizan plataformas digitales para la comercialización del café?					
10	¿La empresa invierte en la actualización tecnológica?					
Dimensión: Rentabilidad y crecimiento						
11	¿Las exportaciones de café generan mayores ingresos para la empresa?					
12	¿El margen de rentabilidad del café exportado es adecuado?					
13	¿Las ventas internacionales han crecido en los últimos años?					
14	¿La empresa mantiene estabilidad financiera gracias a la exportación?					

15	¿Se realizan inversiones para expandir las operaciones comerciales?					
Dimensión: Capacitación y desempeño del personal						
16	¿El personal recibe capacitación en comercio exterior?					
17	¿El personal conoce los mercados internacionales de café?					
18	¿El desempeño del personal comercial es eficiente?					
19	¿El personal cumple oportunamente con sus funciones?					
20	¿El personal está comprometido con los objetivos comerciales?					
"**Cuestionario exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C., 2021-2025"**						
Dimensión: Volumen y frecuencia						
21	¿La empresa exporta volúmenes significativos de café?					
22	¿Los envíos internacionales se realizan con frecuencia?					
23	¿Existe continuidad en las exportaciones de café?					
24	¿La empresa cumple con los pedidos internacionales?					
25	¿La empresa cuenta con capacidad exportadora suficiente?					
Dimensión: Mercados internacionales						
26	¿La empresa exporta café a diversos mercados internacionales?					
27	¿La empresa logra acceder a nuevos mercados internacionales?					
28	¿Se mantiene presencia constante en mercados internacionales?					
29	¿La empresa participa en ferias internacionales del sector cafetalero?					
30	¿Se mantienen relaciones comerciales sólidas con clientes internacionales?					
Dimensión: Barreras de exportación						

31	¿Los aranceles afectan el proceso de exportación de café?					
32	¿Existen barreras no arancelarias que dificultan la exportación?					
33	¿Los trámites aduaneros afectan la exportación del café?					
34	¿Los costos logísticos influyen en el proceso exportador?					
35	¿Los requisitos legales internacionales dificultan la exportación?					
Dimensión: Certificaciones						
36	¿La empresa cuenta con certificación orgánica?					
37	¿La empresa posee certificación de comercio justo?					
38	¿La empresa cumple con certificaciones de calidad internacional?					
39	¿La empresa cumple con estándares exigidos por el mercado internacional?					
40	¿Las certificaciones facilitan la exportación del café?					

ANEXO 4. Formato de validación de expertos

		mercado internacional?					
	Planificación de ventas	¿Existe una planificación adecuada de las ventas de exportación?	1	1	1	1	
	Estrategias de precios	¿La empresa aplica estrategias de precios competitivas en el mercado internacional?	1	1	1	1	
	Programación comercial	¿Se programan actividades comerciales orientadas a la exportación?	1	1	1	1	
Innovación tecnológica	Sistemas informáticos	¿La empresa utiliza sistemas informáticos para la gestión comercial?	1	1	1	1	
	Tecnologías CRM	¿Se emplean herramientas tecnológicas para gestionar clientes internacionales?	1	1	1	1	
	Automatización	¿Los procesos comerciales están automatizados?	1	1	1	1	
	Plataformas digitales	¿Se utilizan plataformas digitales para la comercialización de café?	1	1	1	1	
	Actualización tecnológica	¿La empresa invierte en actualización tecnológica?	1	1	1	1	
Rentabilidad y crecimiento	Ingresos por exportación	¿Las exportaciones de café generan mayores ingresos para la empresa?	1	1	1	1	
	Margen de rentabilidad	¿El margen de rentabilidad de café exportado es adecuado?	1	1	1	1	
	Crecimiento de ventas	¿Las ventas internacionales han crecido en los últimos años?	1	1	1	1	
	Sostenibilidad financiera	¿La empresa mantiene estabilidad financiera producto de la exportación?	1	1	1	1	

	Inversión comercial	¿Se realizan inversiones para expandir las operaciones comerciales?	1	1	1	1	
Capacitación y desempeño del personal	Capacitación en comercio exterior	¿El personal recibe capacitación en comercio exterior?	1	1	1	1	
	Conocimiento internacional	¿El personal conoce los mercados internacionales de café?	1	1	1	1	
	Desempeño laboral	¿El desempeño del personal comercial es eficiente?	1	1	1	1	
	Productividad	¿El personal cumple oportunamente con sus funciones?	1	1	1	1	
	Compromiso laboral	¿El personal está comprometido con los objetivos comerciales?	1	1	1	1	

Matriz de validación del cuestionario de la variable Exportación de café

Definición de la variable 2: Según Pulgarín y Mora, (2022) Las exportaciones son las operaciones comerciales internacionales mediante las cuales los productos de origen nacional son comercializados en mercados externos, generalmente como resultado de excedentes de producción interna. Un aspecto relevante de este proceso es que, a través de las exportaciones, muchos países han logrado fortalecer y equilibrar su balanza comercial, generando diversos beneficios que contribuyen al crecimiento y estabilidad de sus economías

Instrumento elaborado en base a los aportes de (Hurtado et al., 2023)

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Volumen y frecuencia	Cantidad exportada	¿La empresa exporta volúmenes significativos de café?	1	1	1	1	

	Frecuencia de envíos	¿Los envíos internacionales se realizan con frecuencia?	1	1	1	1	
	Continuidad	¿Existe continuidad en las exportaciones de café?	1	1	1	1	
	Cumplimiento de pedidos	¿La empresa cumple con los pedidos internacionales?	1	1	1	1	
	Capacidad exportadora	¿La empresa cuenta con la capacidad exportadora suficiente?	1	1	1	1	
Mercados internacionales	Diversificación	¿La empresa exporta café a diversos mercados internacionales?	1	1	1	1	
	Nuevos mercados	¿La empresa logra acceder a nuevos mercados internacionales?	1	1	1	1	
	Permanencia	¿Se mantiene presencia constante en mercados internacionales?	1	1	1	1	
	Ferias internacionales	¿La empresa participa en ferias internacionales del sector cafetalero?	1	1	1	1	
	Relaciones comerciales	¿Se mantienen relaciones comerciales solidas con clientes internacionales?	1	1	1	1	
Barreras de exportación	Barreras arancelarias	¿Los aranceles afectan el proceso de exportación de café?	1	1	1	1	
	Barreras no arancelarias	¿Existen barreras no arancelarias que afectan la exportación?	1	1	1	1	
	Tramites aduaneros	¿Los trámites aduaneros afectan la exportación de café?	1	1	1	1	
	Costos logísticos	¿Los costos logísticos influyen en el proceso exportador?	1	1	1	1	
	Requisitos legales	¿Los requisitos legales internacionales dificultan la exportación?	1	1	1	1	
Certificaciones	Certificación	¿La empresa cuenta	1	1	1	1	

	orgánica	con certificación orgánica?	1	1	1	1	
	Comercio justo	¿La empresa posee certificación de comercio justo?	1	1	1	1	
	Certificaciones de calidad	¿La empresa cumple con certificaciones de calidad internacional?	1	1	1	1	
	Estándares internacionales	¿La empresa cumple con estándares exigidos por el mercado internacional?	1	1	1	1	
	Impacto en exportaciones	¿Las certificaciones facilitan la exportación de café?	1	1	1	1	

Matriz de validación del cuestionario de la variable de control: Calidad del café

Para (Degefa, 2024) es el conjunto de atributos físico-químicos, sensoriales y organolépticos que caracterizan al grano y a la bebida resultante, tales como aroma, acidez, cuerpo, sabor y uniformidad del perfil organoléptico. Estos atributos son determinados por factores genéticos, ambientales, agronómicos y de procesamiento postcosecha, y tienen un impacto significativo por parte del mercado internacional.

Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
¿El café exportado presenta uniformidad en el tamaño del grano?	1	1	1	1	
¿El café cumple con los niveles adecuados de humedad para exportación?	1	1	1	1	
¿El nivel de defectos físicos del café es mínimo?	1	1	1	1	
¿El perfil sensorial del café (aroma sabor) es adecuado para mercados internacionales?	1	1	1	1	
¿El café exportado presenta una acidez equilibrada?	1	1	1	1	
¿El cuerpo del café cumple con los estándares de calidad exigidos?	1	1	1	1	
¿El perfil de taza del café es uniforme entre los lotes exportados?	1	1	1	1	
¿El café cumple con los estándares de calidad del mercado internacional?	1	1	1	1	
¿La calidad del café facilita su aceptación en el mercado de destino?	1	1	1	1	
¿La empresa aplica controles de calidad antes de exportar el café?	1	1	1	1	

Matriz de validación del cuestionario de la variable de control Costos logísticos de exportación.

Para Hämäläinen et.al (2017).los costos logísticos de exportación son la suma de gastos generados a lo largo de la cadena de suministro internacional, incluyendo transporte multimodal, manejo en puertos, almacenamiento, seguros y otros costos operativos que se acumulan desde que el producto sale de la planta hasta que llega al mercado de destino. Estos costos afectan la eficiencia y competitividad de las exportaciones, ya que inciden en el costo total del producto exportado

Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
¿Los costos de transporte interno del café son adecuados para el volumen exportado?	1	1	1	1	
¿Los costos de transporte internacional son competitivos?	1	1	1	1	
¿Los costos de almacenamiento no incrementan significativamente el costo de exportación?	1	1	1	1	
¿Los costos de manipulación y carga de café son controlados adecuadamente?	1	1	1	1	
¿Los costos portuarios influyen en el costo final del café exportado?	1	1	1	1	
¿Los costos de seguro de exportación son adecuados al valor del producto?	1	1	1	1	
¿Los costos de trámites aduaneros son razonables?	1	1	1	1	
¿Los costos de documentación de exportación afectan el precio final del café?	1	1	1	1	
¿Las demoras logísticas generan costos adicionales?	1	1	1	1	
¿Los costos logísticos inciden en la competitividad del café exportado?	1	1	1	1	

Ficha de validación de juicio de experto

Nombre del instrumento	Cuestionario
Objetivo del instrumento	Recopilar datos fiables y cuantificales sobre la Gestión Comercial y la Exportación de Café en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C.,2021-2025.
Nombres y apellidos del experto	Fátima de la Merced Pinglo JURADO
Documento de identidad	43227042
Años de experiencia en el área	13 AÑOS
Máximo Grado Académico	MAESTRO
Nacionalidad	PERUANA
Institución	UNIFSLB
Cargo	DOCENTE
Número telefónico	978809229
Firma	
Fecha	20/04/2026

Ficha de validación de contenido para un instrumento

Experto 2:

VALIDACIÓN DE CONTENIDO DEL CUESTIONARIO SOBRE GESTIÓN COMERCIAL Y EXPORTACIÓN DE CAFÉ

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el presente cuestionario que permitirá recoger los datos para la investigación: **Gestión comercial y exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C.; 2021-2025.** Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar este instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterio	Detalle	Calificación
Suficiencia	El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Nota: Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008)

Matriz de validación del cuestionario de la variable Gestión Comercial.

Definición de la variable 1: Según López y Portocarrero, (2022) la gestión comercial comprende el conjunto de estrategias que una empresa desarrolla para fortalecer y ampliar su actividad comercial, optimizando sus relaciones con el entorno, fomentando la innovación tecnológica y consolidando su competitividad en el mercado. Su función principal consiste en vincular a la organización con el contexto externo, asumiendo un rol activo y participativo en el mercado a través del incremento de las ventas, la satisfacción del cliente, la capacitación del talento humano y la mejora continua de los procesos administrativos.

Instrumento elaborado en base a los aportes de López y Portocarrero, (2022)

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Planeación comercial	Objetivos comerciales	¿La empresa establece objetivos comerciales claros para la exportación de café?	1	1	1	1	
	Análisis de mercados	¿Se realiza un análisis constante del	1	1	1	1	

		mercado internacional?					
	Planificación de ventas	¿Existe una planificación adecuada de las ventas de exportación?	1	1	1	1	
	Estrategias de precios	¿La empresa aplica estrategias de precios competitivas en el mercado internacional?	1	1	1	1	
	Programación comercial	¿Se programan actividades comerciales orientadas a la exportación?	1	1	1	1	
Innovación tecnológica	Sistemas informáticos	¿La empresa utiliza sistemas informáticos para la gestión comercial?	1	1	1	1	
	Tecnologías CRM	¿Se emplean herramientas tecnológicas para gestionar clientes internacionales?	1	1	1	1	
	Automatización	¿Los procesos comerciales están automatizados?	1	1	1	1	
	Plataformas digitales	¿Se utilizan plataformas digitales para la comercialización de café?	1	1	1	1	
	Actualización tecnológica	¿La empresa invierte en actualización tecnológica?	1	1	1	1	
Rentabilidad y crecimiento	Ingresos por exportación	¿Las exportaciones de café generan mayores ingresos para la empresa?	1	1	1	1	
	Margen de rentabilidad	¿El margen de rentabilidad de café exportado es adecuado?	1	1	1	1	
	Crecimiento de ventas	¿Las ventas internacionales han crecido en los últimos años?	1	1	1	1	
	Sostenibilidad financiera	¿La empresa mantiene estabilidad financiera producto de la exportación?	1	1	1	1	

	Inversión comercial	¿Se realizan inversiones para expandir las operaciones comerciales?	1	1	1	1	
Capacitación y desempeño del personal	Capacitación en comercio exterior	¿El personal recibe capacitación en comercio exterior?	1	1	1	1	
	Conocimiento internacional	¿El personal conoce los mercados internacionales de café?	1	1	1	1	
	Desempeño laboral	¿El desempeño del personal comercial es eficiente?	1	1	1	1	
	Productividad	¿El personal cumple oportunamente con sus funciones?	1	1	1	1	
	Compromiso laboral	¿El personal está comprometido con los objetivos comerciales?	1	1	1	1	

Matriz de validación del cuestionario de la variable Exportación de café

Definición de la variable 2: Según Pulgarín y Mora, (2022) Las exportaciones son las operaciones comerciales internacionales mediante las cuales los productos de origen nacional son comercializados en mercados externos, generalmente como resultado de excedentes de producción interna. Un aspecto relevante de este proceso es que, a través de las exportaciones, muchos países han logrado fortalecer y equilibrar su balanza comercial, generando diversos beneficios que contribuyen al crecimiento y estabilidad de sus economías

Instrumento elaborado en base a los aportes de (Hurtado et al., 2023)

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Volumen y frecuencia	Cantidad exportada	¿La empresa exporta volúmenes significativos de café?	1	1	1	1	

	Frecuencia de envíos	¿Los envíos internacionales se realizan con frecuencia?	1	1	1	1	
	Continuidad	¿Existe continuidad en las exportaciones de café?	1	1	1	1	
	Cumplimiento de pedidos	¿La empresa cumple con los pedidos internacionales?	1	1	1	1	
	Capacidad exportadora	¿La empresa cuenta con la capacidad exportadora suficiente?	1	1	1	1	
Mercados internacionales	Diversificación	¿La empresa exporta café a diversos mercados internacionales?	1	1	1	1	
	Nuevos mercados	¿La empresa logra acceder a nuevos mercados internacionales?	1	1	1	1	
	Permanencia	¿Se mantiene presencia constante en mercados internacionales?	1	1	1	1	
	Ferias internacionales	¿La empresa participa en ferias internacionales del sector cafetalero?	1	1	1	1	
	Relaciones comerciales	¿Se mantienen relaciones comerciales solidas con clientes internacionales?	1	1	1	1	
Barreras de exportación	Barreras arancelarias	¿Los aranceles afectan el proceso de exportación de café?	1	1	1	1	
	Barreras no arancelarias	¿Existen barreras no arancelarias que afectan la exportación?	1	1	1	1	
	Tramites aduaneros	¿Los trámites aduaneros afectan la exportación de café?	1	1	1	1	
	Costos logísticos	¿Los costos logísticos influyen en el proceso exportador?	1	1	1	1	
	Requisitos legales	¿Los requisitos legales internacionales dificultan la exportación?	1	1	1	1	
Certificaciones	Certificación	¿La empresa cuenta	1	1	1	1	

	orgánica	con certificación orgánica?	1	1	1	1	
	Comercio justo	¿La empresa posee certificación de comercio justo?	1	1	1	1	
	Certificaciones de calidad	¿La empresa cumple con certificaciones de calidad internacional?	1	1	1	1	
	Estándares internacionales	¿La empresa cumple con estándares exigidos por el mercado internacional?	1	1	1	1	
	Impacto en exportaciones	¿Las certificaciones facilitan la exportación de café?	1	1	1	1	

Matriz de validación del cuestionario de la variable de control: Calidad del café

Para (Degefa, 2024) es el conjunto de atributos físico-químicos, sensoriales y organolépticos que caracterizan al grano y a la bebida resultante, tales como aroma, acidez, cuerpo, sabor y uniformidad del perfil organoléptico. Estos atributos son determinados por factores genéticos, ambientales, agronómicos y de procesamiento postcosecha, y tienen un impacto significativo por parte del mercado internacional.

Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
¿El café exportado presenta uniformidad en el tamaño del grano?	1	1	1	1	
¿El café cumple con los niveles adecuados de humedad para exportación?	1	1	1	1	
¿El nivel de defectos físicos del café es mínimo?	1	1	1	1	
¿El perfil sensorial del café (aroma sabor) es adecuado para mercados internacionales?	1	1	1	1	
¿El café exportado presenta una acidez equilibrada?	1	1	1	1	
¿El cuerpo del café cumple con los estándares de calidad exigidos?	1	1	1	1	
¿El perfil de taza del café es uniforme entre los lotes exportados?	1	1	1	1	
¿El café cumple con los estándares de calidad del mercado internacional?	1	1	1	1	
¿La calidad del café facilita su aceptación en el mercado de destino?	1	1	1	1	
¿La empresa aplica controles de calidad antes de exportar el café?	1	1	1	1	

Matriz de validación del cuestionario de la variable de control Costos logísticos de exportación.

Para Hämäläinen et.al (2017).los costos logísticos de exportación son la suma de gastos generados a lo largo de la cadena de suministro internacional, incluyendo transporte multimodal, manejo en puertos, almacenamiento, seguros y otros costos operativos que se acumulan desde que el producto sale de la planta hasta que llega al mercado de destino. Estos costos afectan la eficiencia y competitividad de las exportaciones, ya que inciden en el costo total del producto exportado

Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
¿Los costos de transporte interno del café son adecuados para el volumen exportado?	1	1	1	1	
¿Los costos de transporte internacional son competitivos?	1	1	1	1	
¿Los costos de almacenamiento no incrementan significativamente el costo de exportación?	1	1	1	1	
¿Los costos de manipulación y carga de café son controlados adecuadamente?	1	1	1	1	
¿Los costos portuarios influyen en el costo final del café exportado?	1	1	1	1	
¿Los costos de seguro de exportación son adecuados al valor del producto?	1	1	1	1	
¿Los costos de trámites aduaneros son razonables?	1	1	1	1	
¿Los costos de documentación de exportación afectan el precio final del café?	1	1	1	1	
¿Las demoras logísticas generan costos adicionales?	1	1	1	1	
¿Los costos logísticos inciden en la competitividad del café exportado?	1	1	1	1	

Ficha de validación de juicio de experto

Nombre del instrumento	Cuestionario
Objetivo del instrumento	Recopilar datos fiables y cuantificales sobre la Gestión Comercial y la Exportación de Café en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C.,2021-2025.
Nombres y apellidos del experto	Anita Maribel Valladolid Benavida
Documento de identidad	16713874
Años de experiencia en el área	12 años
Máximo Grado Académico	Doctora
Nacionalidad	Peruana
Institución	Universidad Nacional Intercultural FSLB
Cargo	Docente
Número telefónico	951733467
Firma	
Fecha	20/04/2026

Ficha de validación de contenido para un instrumento

Experto 3:

VALIDACIÓN DE CONTENIDO DEL CUESTIONARIO SOBRE GESTIÓN COMERCIAL Y EXPORTACIÓN DE CAFÉ

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el presente cuestionario que permitirá recoger los datos para la investigación: **Gestión comercial y exportación de café en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C.; 2021-2025.** Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar este instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterio	Detalle	Calificación
Suficiencia	El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Nota: Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008)

Matriz de validación del cuestionario de la variable Gestión Comercial.

Definición de la variable 1: Según López y Portocarrero, (2022) la gestión comercial comprende el conjunto de estrategias que una empresa desarrolla para fortalecer y ampliar su actividad comercial, optimizando sus relaciones con el entorno, fomentando la innovación tecnológica y consolidando su competitividad en el mercado. Su función principal consiste en vincular a la organización con el contexto externo, asumiendo un rol activo y participativo en el mercado a través del incremento de las ventas, la satisfacción del cliente, la capacitación del talento humano y la mejora continua de los procesos administrativos.

Instrumento elaborado en base a los aportes de López y Portocarrero, (2022)

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Planeación comercial	Objetivos comerciales	¿La empresa establece objetivos comerciales claros para la exportación de café?	1	1	1	1	
	Análisis de mercados	¿Se realiza un análisis constante del	1	1	1	1	

		mercado internacional?					
	Planificación de ventas	¿Existe una planificación adecuada de las ventas de exportación?	1	1	1	1	
	Estrategias de precios	¿La empresa aplica estrategias de precios competitivas en el mercado internacional?	1	1	1	1	
	Programación comercial	¿Se programan actividades comerciales orientadas a la exportación?	1	1	1	1	
Innovación tecnológica	Sistemas informáticos	¿La empresa utiliza sistemas informáticos para la gestión comercial?	1	1	1	1	
	Tecnologías CRM	¿Se emplean herramientas tecnológicas para gestionar clientes internacionales?	1	1	1	1	
	Automatización	¿Los procesos comerciales están automatizados?	1	1	1	1	
	Plataformas digitales	¿Se utilizan plataformas digitales para la comercialización de café?	1	1	1	1	
	Actualización tecnológica	¿La empresa invierte en actualización tecnológica?	1	1	1	1	
Rentabilidad y crecimiento	Ingresos por exportación	¿Las exportaciones de café generan mayores ingresos para la empresa?	1	1	1	1	
	Margen de rentabilidad	¿El margen de rentabilidad de café exportado es adecuado?	1	1	1	1	
	Crecimiento de ventas	¿Las ventas internacionales han crecido en los últimos años?	1	1	1	1	
	Sostenibilidad financiera	¿La empresa mantiene estabilidad financiera producto de la exportación?	1	1	1	1	

	Inversión comercial	¿Se realizan inversiones para expandir las operaciones comerciales?	1	1	1	1	
Capacitación y desempeño del personal	Capacitación en comercio exterior	¿El personal recibe capacitación en comercio exterior?	1	1	1	1	
	Conocimiento internacional	¿El personal conoce los mercados internacionales de café?	1	1	1	1	
	Desempeño laboral	¿El desempeño del personal comercial es eficiente?	1	1	1	1	
	Productividad	¿El personal cumple oportunamente con sus funciones?	1	1	1	1	
	Compromiso laboral	¿El personal está comprometido con los objetivos comerciales?	1	1	1	1	

Matriz de validación del cuestionario de la variable Exportación de café

Definición de la variable 2: Según Pulgarín y Mora, (2022) Las exportaciones son las operaciones comerciales internacionales mediante las cuales los productos de origen nacional son comercializados en mercados externos, generalmente como resultado de excedentes de producción interna. Un aspecto relevante de este proceso es que, a través de las exportaciones, muchos países han logrado fortalecer y equilibrar su balanza comercial, generando diversos beneficios que contribuyen al crecimiento y estabilidad de sus economías

Instrumento elaborado en base a los aportes de (Hurtado et al., 2023)

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Volumen y frecuencia	Cantidad exportada	¿La empresa exporta volúmenes significativos de café?	1	1	1	1	

	Frecuencia de envíos	¿Los envíos internacionales se realizan con frecuencia?	1	1	1	1	
	Continuidad	¿Existe continuidad en las exportaciones de café?	1	1	1	1	
	Cumplimiento de pedidos	¿La empresa cumple con los pedidos internacionales?	1	1	1	1	
	Capacidad exportadora	¿La empresa cuenta con la capacidad exportadora suficiente?	1	1	1	1	
Mercados internacionales	Diversificación	¿La empresa exporta café a diversos mercados internacionales?	1	1	1	1	
	Nuevos mercados	¿La empresa logra acceder a nuevos mercados internacionales?	1	1	1	1	
	Permanencia	¿Se mantiene presencia constante en mercados internacionales?	1	1	1	1	
	Ferias internacionales	¿La empresa participa en ferias internacionales del sector cafetalero?	1	1	1	1	
	Relaciones comerciales	¿Se mantienen relaciones comerciales solidas con clientes internacionales?	1	1	1	1	
Barreras de exportación	Barreras arancelarias	¿Los aranceles afectan el proceso de exportación de café?	1	1	1	1	
	Barreras no arancelarias	¿Existen barreras no arancelarias que afectan la exportación?	1	1	1	1	
	Tramites aduaneros	¿Los trámites aduaneros afectan la exportación de café?	1	1	1	1	
	Costos logísticos	¿Los costos logísticos influyen en el proceso exportador?	1	1	1	1	
	Requisitos legales	¿Los requisitos legales internacionales dificultan la exportación?	1	1	1	1	
Certificaciones	Certificación	¿La empresa cuenta	1	1	1	1	

	orgánica	con certificación orgánica?	1	1	1	1	
	Comercio justo	¿La empresa posee certificación de comercio justo?	1	1	1	1	
	Certificaciones de calidad	¿La empresa cumple con certificaciones de calidad internacional?	1	1	1	1	
	Estándares internacionales	¿La empresa cumple con estándares exigidos por el mercado internacional?	1	1	1	1	
	Impacto en exportaciones	¿Las certificaciones facilitan la exportación de café?	1	1	1	1	

Matriz de validación del cuestionario de la variable de control: Calidad del café

Para (Degefa, 2024) es el conjunto de atributos físico-químicos, sensoriales y organolépticos que caracterizan al grano y a la bebida resultante, tales como aroma, acidez, cuerpo, sabor y uniformidad del perfil organoléptico. Estos atributos son determinados por factores genéticos, ambientales, agronómicos y de procesamiento postcosecha, y tienen un impacto significativo por parte del mercado internacional.

Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
¿El café exportado presenta uniformidad en el tamaño del grano?	1	1	1	1	
¿El café cumple con los niveles adecuados de humedad para exportación?	1	1	1	1	
¿El nivel de defectos físicos del café es mínimo?	1	1	1	1	
¿El perfil sensorial del café (aroma sabor) es adecuado para mercados internacionales?	1	1	1	1	
¿El café exportado presenta una acidez equilibrada?	1	1	1	1	
¿El cuerpo del café cumple con los estándares de calidad exigidos?	1	1	1	1	
¿El perfil de taza del café es uniforme entre los lotes exportados?	1	1	1	1	
¿El café cumple con los estándares de calidad del mercado internacional?	1	1	1	1	
¿La calidad del café facilita su aceptación en el mercado de destino?	1	1	1	1	
¿La empresa aplica controles de calidad antes de exportar el café?	1	1	1	1	

Matriz de validación del cuestionario de la variable de control Costos logísticos de exportación.

Para Hämäläinen et.al (2017).los costos logísticos de exportación son la suma de gastos generados a lo largo de la cadena de suministro internacional, incluyendo transporte multimodal, manejo en puertos, almacenamiento, seguros y otros costos operativos que se acumulan desde que el producto sale de la planta hasta que llega al mercado de destino. Estos costos afectan la eficiencia y competitividad de las exportaciones, ya que inciden en el costo total del producto exportado

Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
¿Los costos de transporte interno del café son adecuados para el volumen exportado?	1	1	1	1	
¿Los costos de transporte internacional son competitivos?	1	1	1	1	
¿Los costos de almacenamiento no incrementan significativamente el costo de exportación?	1	1	1	1	
¿Los costos de manipulación y carga de café son controlados adecuadamente?	1	1	1	1	
¿Los costos portuarios influyen en el costo final del café exportado?	1	1	1	1	
¿Los costos de seguro de exportación son adecuados al valor del producto?	1	1	1	1	
¿Los costos de trámites aduaneros son razonables?	1	1	1	1	
¿Los costos de documentación de exportación afectan el precio final del café?	1	1	1	1	
¿Las demoras logísticas generan costos adicionales?	1	1	1	1	
¿Los costos logísticos inciden en la competitividad del café exportado?	1	1	1	1	

Ficha de validación de juicio de experto

Nombre del instrumento	Cuestionario
Objetivo del instrumento	Recopilar datos fiables y cuantifícales sobre la Gestión Comercial y la Exportación de Café en la empresa Valley Coffee Trading S.A.C.,2021-2025.
Nombres y apellidos del experto	Anthonny Smith Guevara Flores
Documento de identidad	72376196
Años de experiencia en el área	2 años
Máximo Grado Académico	Magister
Nacionalidad	Peruano
Institución	UNFFSLB
Cargo	Docente Auxiliar T.C.
Número telefónico	993-523-495
Firma	ANTHONNY SMITH GUEVARA FLORES Ingeniero Ambiental CIP N° 240500
Fecha	20/04/2026

ANEXO 5. Carta de autorización





"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

Bagua,11 de agosto del 2025

DR. JORGE LUIS VARGAS ESPINOZA

Coordinador de la facultad de Ciencias Sociales y Empresariales

ASUNTO: ACEPTACIÓN A LA CARTA DE PRESENTACIÓN N°040-2025-UNIIFSLB- VPA/FACISE

Presente. -

De mi especial consideración

Es grato dirigirme a usted para saludarle cordialmente; en calidad de Gerente General de la Empresa VALLEY COFFEE TRADING S.A.C, la cual me honra dirigir.

Mediante la presente para saludarlo a nombre de nuestra Empresa VALLEY COFFEE TRADING S.A.C. Por este medio me permito comunicarle que la solicitud de la realización de proyecto de tesis del Bach. **BEKEN JAMIL PEREZ ACUÑA**, con **N°DNI.70907717**, ha sido aceptada para recopilar datos necesarios para su investigación en esta empresa.

Sin otro en particular aprovecho la oportunidad para expresarle las muestras de mi consideración.

Atentamente,

Valley Trading

VALLEY COFFEE TRADING S.A.C

RUC: 20601837138 | Jr. Mayta Capac N°950 Sect. San Luis-Bagua Grande Utcubamba Amazonas |
www.cafedelvalle.com

ANEXO 6. Documentos de exportación de café

MAERSK

BILL OF LADING FOR OCEAN TRANSPORT OR MULTIMODAL TRANSPORT

SCAC: MAEU

B/L No.: 257969482

Shipper (As principal, where "care of", "c/o", or other variants used.)
VALLEY COFFEE TRADING SAC
JR. MAYTA CAPAC N 950 SECTOR SAN LUIS
BAGUA GRANDE - UTCUBAMBA -AMAZONAS -PERU
RUC: 20601837138

Booking No.
257969482

Export references

Svc Contract

Onward inland routing (Not part of Carriage as defined in clause 1. For account and risk of Merchant)

Consignee (negotiable only if consigned "to order", "to order of" a named Person or "to order of bearer")
TO ORDER OF BRIZ COFFEE NV
ENGELSE WANDELING 2/F3,
8500 KORTRIJK,
E: TRAFFIC@BRIZCOFFEE.COM

Notify Party (see clause 22)
BRIZ COFFEE NV
ENGELSE WANDELING 2/F3,
8500 KORTRIJK,BELGIUM
E: TRAFFIC@BRIZCOFFEE.COM

Vessel (see clause 1 + 19)	Voyage No.
HALSTED	533N

Place of Receipt. Applicable only when document used as Multimodal Transport B/L. (see clause 1)

Port of Loading	Port of Discharge
Paita	Gaevle

Place of Delivery. Applicable only when document used as Multimodal Transport B/L. (see clause 1)

PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER

Kind of Packages; Description of goods; Marks and Numbers; Container No./Seal No.	Weight	Measurement
1 Container Said to Contain 1 BULKS CONTRACT: P03942 01 BULK OF 20,700.00 KG PERU WASHED GRADE 1, FAIRTRADE AND ORGANIC CERTIFIED ARABICA COFFEE EUDR COMPLIANT P03942 /S06468 / 4500214984 PRODUCER: FLO ID 21387 / PE-BIO-123 EXPORTER: FLO ID 38448 IMPORTER: FLO ID 28614 BRIZ COFFEE NV: BE-BIO-01 VALLEY COFFEE ORG ID: PE-BIO-123 FCL/FCL FREIGHT AND LOCAL CHARGES DESTINATION COLLECT. TO BE PAID BY SCANDINAVIAN LOGISTICS PARNERS AB. HS CODE: 09011100 GREEN COFFEE NET WEIGHT: 20,700.00 KG GROSS WEIGHT: 20,710.00 KG VALLEY COFFEE TRADING SAC JR. MAYTA CAPAC N 950 BAGUA GRANDE -AMAZONAS-PERU CERTIFIED BY IMOCERT	20710.000 KGS	

ORIGINAL

Above particulars as declared by Shipper, but without responsibility of or representation by Carrier (see clause 14)

Freight & Charges	Rate	Unit	Currency	Prepaid	Collect

Carrier's Receipt (see clause 1 and 14). Total number of containers or packages received by Carrier.	Place of Issue of B/L
1 container	Lima Peru
Number & Sequence of Original B(s)/L	Date of Issue of B/L
1/THREE	2025-08-25
Declared Value (see clause 7.3)	Shipped on Board Date (Local Time)
	2025-08-22

SHIPPED, as far as ascertained by reasonable means of checking, in apparent good order and condition unless otherwise stated herein, the total number or quantity of Containers or other packages or units indicated in the box entitled "Carrier's Receipt" for carriage from the Port of Loading (or the Place of Receipt, if mentioned above) to the Port of Discharge (or the Place of Delivery, if mentioned above), such carriage being always subject to the terms, rights, defences, provisions, conditions, exceptions, limitations, and liberties hereof (INCLUDING ALL THOSE TERMS AND CONDITIONS ON THE REVERSE HEREOF NUMBERED 1-26 AND THOSE TERMS AND CONDITIONS CONTAINED IN THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF) and the Merchant's attention is drawn in particular to the Carrier's liberties in respect of on deck stowage (see clause 18) and the carrying vessel (see clause 19). Where the bill of lading is non-negotiable the Carrier may give delivery of the Goods to the named consignee upon reasonable proof of identity and without requiring surrender of an original bill of lading. Where the bill of lading is negotiable, the Merchant is obliged to surrender one original, duly endorsed, in exchange for the Goods. The Carrier accepts a duty of reasonable care to check that any such document which the Merchant surrenders as a bill of lading is genuine and original. If the Carrier complies with this duty, it will be entitled to deliver the Goods against what it reasonably believes to be a genuine and original bill of lading, such delivery discharging the Carrier's delivery obligations. In accepting this bill of lading, any local customs or privileges to the contrary notwithstanding, the Merchant agrees to be bound by all Terms and Conditions stated herein whether written, printed, stamped or incorporated on the face or reverse side hereof, as fully as if they were all signed by the Merchant. IN WITNESS WHEREOF the number of original Bills of Lading stated on this side have been signed and whenever one original Bill of Lading has been surrendered any others shall be void.

Signed for the Carrier Maersk A/S

Maersk Line Perú S.A.C.

As Agent(s)

This transport document has one or more numbered pages

2021 Msk-A1 004424144

MAERSK

PE-BIO-123
WASHED ARABICA GREEN
COFFEE
GRADE 1
EUDR COMPLIANT
FLO-FAIRTRADE
PRODUCER: FLO ID 21387 / PBIO-123
EXPORTER: FLO ID 38448
IMPORTER: FLO ID 28614
BRIZ COFFEE NV: BE-BIO-01
CONTRACT: P03942
MARKS: 30-874-5600
CROP 2025
QUANTITY: 20.70 MT BULK

MRKU9543893 ML-PE0066104 20 DRY 8'6 1 BULKS 20710.000 KGS
Customs Seal : 004VA668485
SHIPPER'S LOAD, STOW, WEIGHT AND COUNT

The Merchant(s) warrant and represent that this shipment and/or Goods will comply at all times with European Union, United States and United Nations sanctions and/or export control laws (Sanctions Laws), and that this shipment and/or Goods do not involve, whether directly or indirectly, any entity or person identified, or owned or controlled by any such entity or person identified, on the U.S. Treasury Departments Office of Foreign Asset Control (OFAC) list of Specially Designated Nationals and Blocked Persons, or any other similar list maintained by the European Union, or as promulgated by the United Nations Security Council (Designated Person). If, in the Carriers reasonable opinion, this shipment and/or Goods are in violation of the Carriers policy on Russia [https://www.maersk.com/news/articles/2022/02/24/russia-ukraine-situation-update], Sanctions Laws or involves any Designated Person, the shipment and/or Goods will be returned to the origin at Carriers sole and unfettered discretion, and the Merchant(s) shall indemnify and hold harmless the Carrier, its servants and agents, for any breach of this clause. The Merchant(s) agree that the Carrier may stop the shipment and/or Goods in transit or withhold release of the shipment and/or Goods pending any investigation into compliance with this clause by the Merchant(s).

Freight & Charges	Rate	Unit	Currency	Prepaid	Collect

2021 Msk-A1 004424145

MAERSK

All the local charges occurring at Peru are part of the contract of carriage and, consequently, to be paid by the merchants duly identified in the BL.
These local charges are published on the website https://www.maersk.com/local-information/latin-america/peru together with a detailed description. Merchants
acknowledge and accept these local charges when contracting our services, other charges might be applicable

FREIGHT COLLECT

ALSO NOTIFY: SCANDINAVIAN LOGISTICS PARNERS AB
MEJERIGATAN 1
SE-412 76 GOTEBORG
SWEDEN

CY/CY

Freight & Charges	Rate	Unit	Currency	Prepaid	Collect

GRUPO PML SAC. OPERADOR LOGÍSTICO
E-mail: customer1.paita@peruml.com
Teléfono: 073 497836
Av. Almirante Graú N° 155 Of. 404,
PAITA – PIURA

GRUPO PML
AGENTES DE ADUANAS

PACKING LIST

VESSEL	HALSTED 533N	**B/L**	MAEU257969482
QUANTITY	1 BULK	**DATE B/L**:	22-08-2025
SHIPPER FROM	PAITA - PERU	**MARKS:**	
			30-874-5600
SHIPPED TO	GAEVLE	**REF:**	P03942
WEIGHT	20,700.00 N.W.	20,710.00 G.W.	

QUANTITY	CONTAINER	CUSTOMS SEAL	CARRIER SEAL	GROSS WEIGHT
1 BULK	MRKU9543893	004VA668485	ML-PE0066104	20,710.00 G.W.

DESCRIPTION OF GOODS:

01 BULK OF 20,700.00 KG PERU WASHED GRADE 1, FAIRTRADE AND ORGANIC CERTIFIED ARABICA COFFEE EUDR COMPLIANT P03942 /S06468 / 4500214984 PRODUCER: FLO ID 21387 / PE-BIO-123 EXPORTER: FLO ID 38448 / IMPORTER: FLO ID 28614 / BRIZ COFFEE NV: BE-BIO-01 / VALLEY COFFEE ORG ID: PE-BIO-123

1	BULK	OF	COFFEE BEANS	20700.00 N.W.	20710.00 G.W.
1	**BULK**	**OF**	**COFFEE BEANS**	**20,700.00 N.W.**	**20,710.00 G.W.**

GRUPO PML
Rose Sernaque Coronado
DNI 73013944
JEFE DE OPERACIONES

E-mail: econdo@peruml.com / estebanc@yaczcargo.com
Web Site: www.peruml.com / www.yaczcargo.com
Jr. Contisuyo 230, Urb. Maranga, San Miguel – LIMA
Tel. 01 719 1535 / 01 719 1342

ANEXO II

1. Exportador/Expedidor (nombre/clave)
Exporter/consignor (name/code)
VALLEY COFFEE TRADING SAC
JR. MAYTA CAPAC N 950 SECTOR SAN LUIS BAGUA GRANDE
UTCUBAMBA -AMAZONAS -PERU [ ] 8 7 4
RUC: 20601837138

Certificado de origen

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ
ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO CAFÉ
ORGANISATION INTERNATIONALE DU CAFÉ
INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION

2. Número de referencia interno
Internal reference No.
CONTRACT: P03942

3a. Clave de país: Country code: [ ] 3 0
3b. Clave de puerto de embarque: Port of shipment code: 0 4
3c. No. de serie: Serial No.: [ ] 5 6 0 0

4. País productor (nombre/clave)
Producing country (name/code)
PERÚ 0 3 0

5. País de destino (nombre/clave)
Country of destination (name/code)
Gaevle,SWEDEN 0 6 4

6. Fecha de exportación (DD/MM/AA)
Date of export (DD/MM/YY)
22.08.2025

7. Medio de transporte / Means of transport
Marítimo Sea [X] Aéreo Air [ ] Terrestre Land [ ] Férreo Rail [ ] Fluvial River [ ] Multimodal Multimodal [ ]

8. Marca de identificación de la OIC o referencia única de envío u otra identificación
ICO identification mark or Unique Consignment Reference or other identification
30 / 874 / 5600

Otras marcas:
Other marks:

9. Cargados / Shipped in:
En sacos Bags [ ] A granel Bulk [X] En contenedores Containers [ ] Otros Other [ ]

10. Peso neto de la partida
Net weight of shipment
20.700.00

11. Unidad de peso
Unit of weight
kg [X] lb [ ]

12. Descripción del café (forma, tipo, si procede) / Description of coffee (form/type, where relevant)
Arábica verde Green Arabica [X] Robusta verde Green Robusta [ ] Tostado Roasted [ ] Soluble Soluble [ ] Líquido Liquid [ ] Otros Other [ ]

13. Método de elaboración / Method of processing
Descafeinado / Decaffeinated [ ]
Orgánico / Organic: Certificado / Certified [X] No certificado / Uncertified [ ]

Café verde / Green coffee: Vía seca / Dry [ ] Vía húmeda / Wet [X] Café soluble / Soluble coffee: Centrifugado / Spray-dried [ ] Liofilizado / Freeze-dried [ ]

14. POR EL PRESENTE SE CERTIFICA QUE EL CAFÉ ARRIBA DESCRITO FUE PRODUCIDO/BENEFICIADO EN EL PAÍS QUE SE INDICA EN LA CASILLA 5 Y EXPORTADO EN LA FECHA QUE SEGUIDAMENTE SE HACE CONSTAR. ESTE CERTIFICADO SE EXPIDE EXCLUSIVAMENTE PARA FINES ESTADÍSTICOS DE LA OIC Y NO CONFIERE ORIGEN AL CAFÉ. / IT IS HEREBY CERTIFIED THAT THE COFFEE DESCRIBED ABOVE WAS PRODUCED/PROCESSED IN THE COUNTRY NAMED IN BOX 5 ABOVE AND HAS BEEN EXPORTED ON THE DATE SHOWN BELOW. THIS CERTIFICATE IS INTENDED SOLELY FOR THE STATISTICAL PURPOSES OF THE ICO AND DOES NOT CONFER ORIGIN ON COFFEE.

Fecha / Date:
Localidad / Place: 22.08.2025

JUNTA NACIONAL DEL CAFE
LORENZO CASTRO CASTILLO
GERENTE

Firma del funcionario de Aduanas o del Organismo Certificante autorizado y refrendo de la Aduana o del Organismo Certificante
Signature of authorized Customs Officer or Certifying Officer and Catchet of Customs Authority or Certifying Agency

15. Otra información pertinente: ICC Resolución Número 420; Características especiales; Código del SA; Valor del embarque (Información volunt
Other relevant information: ICC Resolution 420; Special characteristics; HS Code; Value of the shipment (Voluntary information)

a. Normas óptimas de calidad del café verde (ICC Resolución Número 420):
Quality standards for green coffee (ICC Resolution 420):

"S": Plena observancia de las normas óptimas sobre defectos y humedad
"S": Full compliance with the target defect and moisture standards [ ]

"XD": El café no responde a las normas óptimas sobre defectos
"XD": Coffee does not conform to the target defect standard [ ]

"XM": El café no responde a las normas óptimas sobre humedad
"XM": Coffee does not conform to the target moisture standard [ ]

"XDM": El café no responde a ninguna de las normas óptimas (ni la referente a defectos ni la referente a humedad)
"XDM": Coffee does not conform to either standard (target defect and moisture) [ ]

b. Características especiales (especifique el nombre o el código):
Special characteristics (please specify name or code):

c. Código del Sistema Armonizado (SA):
Harmonized System (HS) code:
Código del SA / HS Code: 09011100

d. Valor (FOB) del embarque:
Value (FOB) of the shipment:
Moneda nacional National currency [ ] Dólares EE UU US dollars [X] Euros Euros [ ]

e. Información adicional Additional information

Certificados de origen
ICC-102-9 Rev. 3

N° 299-06-2025/JNC

Organización Internacional del Café
Reglamento de Estadística

GRUPO PML SAC. OPERADOR LOGÍSTICO
E-mail: customer1.paita@peruml.com
Teléfono: 073 497836
Av. Almirante Graú N° 155 Of. 404,
PAITA – PIURA

GRUPO PML
AGENTES DE ADUANAS

WEIGHT CERTIFICATE

1. GENERAL DATA

SHIPPER : **VALLEY COFFEE TRADING S.A.C.**

JR. MAYTA CAPAC NRO. 950 SECTOR SAN LUIS BAGUA GRANDE - UTCUBAMBA - AMAZONAS - PERU

Declared by the Shipper as:

PARCEL	:	ARABICA COFFEE
CONTRACT	:	P03942
B/L	:	MAEU257969482
VESSEL	:	HALSTED 533N
PORT OF LOADING	:	PAITA - PERU
PORT OF DISCHARGE	:	GAEVLE

****

2. INFORMATION OF LOADING

2.1 PLACE AND DATE : At RANSA warehouse on August 20, 2025.

3. WEIGHT

According to the weight ticket of RANSA Nro. 1005641991 the results are as follows:

Container	Quantity	Net weight	Gross weight
MRKU9543893	1 BULK	20,700.00	20,710.00

GRUPO PML
Rosa Seminario Coronado
DNI: 73032044
JEFE DE OPERACIONES

E-mail: econdo@peruml.com / estebanc@yaczcargo.com
Web Site: www.peruml.com / www.yaczcargo.com
Jr. Contisuyo 230, Urb. Maranga, San Miguel – LIMA
Tel. 01 719 1535 / 01 719 1342

ANEXO 7. Reporte de turnitin

Beken Jamil Perez Acuña

REPORTE DE TURNITIN PEREZ ACUÑA

Quick Submit

Quick Submit

Universidad Nacional Intercultural Fabiola Salazar Leguía de Bagua

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::1:3631078296

Fecha de entrega
21 ago 2026, 12:10 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
21 ago 2026, 12:11 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
REPORTE_DE_TURNITIN_IT_PEREZ_ACU_A._BEKEN_JAMIL_21.08.2026.docx

Tamaño del archivo
690.9 KB

33 páginas

9290 palabras

54.073 caracteres

turnitin Página 1 de 41 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::1:3631078296

17% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Fuentes principales

16% Fuentes de Internet
3% Publicaciones
8% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.° de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

16% Fuentes de Internet
3% Publicaciones
8% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1 Internet
hdl.handle.net 3%

2 Internet
repositorio.upt.edu.pe <1%

3 Trabajos del estudiante
Universidad Cesar Vallejo <1%

4 Internet
repositorio.unibagua.edu.pe <1%

5 Internet
www.coursehero.com <1%

6 Trabajos del estudiante
UC - Presencial <1%

7 Trabajos del estudiante
Universidad Privada del Norte <1%

8 Internet
apirepositorio.unh.edu.pe <1%

9 Internet
latam.redilat.org <1%

10 Trabajos del estudiante
Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez <1%

11 Internet
repositorio.unap.edu.pe <1%

turnitin Página 3 de 41 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid:::1:3631078296

12 Internet
repositorio.une.edu.pe <1%

13 Trabajos del estudiante
Universidad Nacional de Educacion Enrique Guzman y Valle <1%

14 Internet
repositorio.uncp.edu.pe <1%

15 Trabajos del estudiante
Universidad Nacional Intercultural Fabiola Salazar Leguía de Bagua <1%

16 Internet
repositorio.sanfranciscochincha.edu.pe <1%

17 Internet
repositorio.uap.edu.pe <1%

18 Trabajos del estudiante
Integración Blackboard <1%

19 Internet
repositorio.udh.edu.pe <1%

20 Internet
api-repositorio.unapiquitos.edu.pe <1%

21 Publicación
Rodriguez Quispe, Madeleyne Rosalinn. "Implementación de recomendaciones d... <1%

22 Publicación
Javier Rene Zuñiga Osorio, Efigenia Seminario Atoche, Zoila Santos Chero Pisfil, Ni... <1%

23 Internet
repositorio.uladech.edu.pe <1%

24 Trabajos del estudiante
Universidad Nacional Mayor de San Marcos <1%

25 Internet
repositorio.unsaac.edu.pe <1%

26	Internet	
es.slideshare.net		<1%
27	Internet	
repositorio.uniagustiniana.edu.co		<1%
28	Internet	
www.mid.ru		<1%
29	Trabajos del estudiante	
consultoriadeserviciosformativos		<1%
30	Internet	
docplayer.es		<1%
31	Internet	
repositorio.undac.edu.pe		<1%
32	Internet	
www.tdx.cat		<1%
33	Trabajos del estudiante	
Blackboard		<1%
34	Trabajos del estudiante	
Universidad Europea de Madrid		<1%
35	Internet	
lareferencia.info		<1%
36	Internet	
repositorio.upla.edu.pe		<1%
37	Internet	
uvadoc.uva.es		<1%
38	Trabajos del estudiante	
Mountain Lakes High School		<1%
39	Trabajos del estudiante	
Universidad Femenina del Sagrado Corazón		<1%

40	Internet	
pdfs.semanticscholar.org		<1%
41	Internet	
repositorio.unc.edu.pe		<1%
42	Internet	
www.europages.es		<1%
43	Internet	
lcbackerblog.blogspot.com		<1%
44	Internet	
tesis.usat.edu.pe		<1%
45	Internet	
www.slideshare.net		<1%
46	Trabajos del estudiante	
Universidad Nacional de Cajamarca		<1%
47	Internet	
documents.mx		<1%
48	Internet	
economia.uniandes.edu.co		<1%
49	Internet	
repositorio.ucv.edu.pe		<1%
50	Internet	
www.innovamineria.cl		<1%
51	Internet	
www.psiquiatria.org.co		<1%
52	Internet	
apirepositorio.unu.edu.pe		<1%
53	Internet	
cienciadigital.org		<1%

54	Internet	
core.ac.uk		<1%
55	Internet	
eprints.uanl.mx		<1%
56	Internet	
repositorio.unapiquitos.edu.pe		<1%
57	Internet	
repositorio.unjfsc.edu.pe		<1%
58	Internet	
www.esimez.ipn.mx		<1%
59	Internet	
www.sap.org.ar		<1%
60	Publicación	
Juan Rock, Sadrudin A. Ahmed. "Resources, capabilities and export performance: ...		<1%
61	Trabajos del estudiante	
Universidad Privada San Juan Bautista		<1%
62	Internet	
es.scribd.com		<1%
63	Internet	
freetrade.tamiu.edu		<1%
64	Internet	
issuu.com		<1%
65	Internet	
patents.google.com		<1%
66	Internet	
repositorio.ulasamericas.edu.pe		<1%
67	Internet	
repositorio.unjbg.edu.pe		<1%

68 Internet
tesisenred.net <1%

69 Internet
www.arete-activa.com <1%

70 Internet
www.caf.com <1%

71 Internet
www.repositorio.upla.edu.pe <1%

turnitin Página 8 de 41 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid:::1:3631078296